



د. أحمد العبد أبو السعيد

إعداد وتنظيم المؤتمرات والنــدوات



اليازوري

إعداد وتنظيم
المؤتمرات والندوات

إعداد وتنظيم المؤتمرات والندوات

الدكتور أحمد العبد أبو السعيد
أستاذ الإعلام المشارك وعميد كلية الإعلام
/جامعة الأقصى

الطبعة الأولى
2014



رقم الإيداع: 7/2351 / 2013

الطبعة العربية 2014



وَقُلْ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ (105)

[التوبة: 105]

إهداء

إلى من وقفوا إلى جانبي و شجعوني على انجاز هذا الكتاب، مما مكنني بفضل الله من تحقيقه، لهم منى كل التقدير

المؤلف

المحتويات

المقدمة

تعتبر إقامة المؤتمرات الدولية والمحلية حالياً نمطاً من أنماط التقدم والرقى، حيث أصبحت بعض الدول تصنفها ضمن أنماط مؤتمرات السياحة والتواصل، وأصبحت تصنفها وزارات السياحة ضمن أجندتها السياحية المتنوعة، لما تحققه من عائد اقتصادي كبير، يرجع الى ما يتميز به أعضاء المؤتمرات من ارتفاع مستواهم الثقافي، وبالتالي ارتفاع مستوى إنفاق منظماتهم، لما تمثله مشاركتهم في المؤتمرات من دعاية لدولهم ولمنظماتهم.

إضافة إلى ذلك أن للمؤتمرات جوانب وآثاره اجتماعية، حيث تعبر المؤتمرات عن درجة تحضر الشعب وإدراكه لأهمية العمل الجماعي الدولي والمحلي، ولآثاره السياحية التي تعبر عن المكانة والأهمية للدولة المستضيفة بين الدول المشاركة في المؤتمر.

ولقد تطورت صناعة المؤتمرات في السنوات الأخيرة تطوراً كبيراً، مما أدى إلى أن أصبحت تلك الصناعة على درجة عالية من الرقي، حيث أصبح يساهم في إعدادها العديد من المؤسسات العامة والخاصة، بل الآلاف من المختصين والفنيين والإداريين في شتى المجالات.

وتعد المؤتمرات والندوات من وسائل الاتصال الجماهيري التي تعتمد على الاتصال الشخصي بين الجماهير وقادة الرأي والقادة السياسيين والمتخصصين، فهي مناسبة جادة وصادقة للوصول الى قرارات وحلول تخدم أهداف عقد من أجلها المؤتمر.

وأصبحت هذه التجمعات بشتى أنواعها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية والصناعية والتكنولوجية......الخ. سمة من سمات العصر الذي نعيشه، لتبادل الرأي واكتساب الخبرات وإجراء الحوار في جو ديمقراطي حول قضايا تهم الرأي العام كله أو جزءاً منه. حيث ثبت من الدراسات التي أجريت أن أغلبية الناس لا يحصلون على معلوماتهم من أجهزة الإعلام، بقدر ما يحصلون عليها من خلال مناقشاتهم مع قادة الرأي والفكر والخبرة في الجماعات التي ينتمون إليها.

الهدف من هذا البحث

1. تدريب طلاب وطالبات كليات وأقسام الإعلام، وتنمية قدرات كل المهتمين على كيفية إعداد وتنظيم المؤتمرات والمشاركة في مجالاتها المتعددة.

2. المعاونة في التخطيط لإقامة المؤتمر وتنفيذه، ومن ثم القدرة علي تقييم أدائه، بغرض وضع أسس لعقد المؤتمرات بما يضمن نجاحها وتحقيق أهدافها.

3. معاونة الإعلاميين والمهتمين في مجال الصحافة والإعلام والعلاقات العامة على كيفية تغطية المؤتمرات والمشاركة في مؤتمراتها الصحفية.

4. تنشيط البيئة الفلسطينية لعقد المؤتمرات والاجتماعات بما يدفع إلى التحضر، والتهيئة لإقامة الدولة الفلسطينية.

ونظراً للخبرة الطويلة التي مارسها الباحث في مجال تنظيم المؤتمرات التي كانت تعقدها (مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة) في القاهرة، إضافة إلى ممارسته التدريب في هذا المجال في كل من القاهرة والأراضي الفلسطينية، حيث نفذ عشرات الدورات؛ مكنته هذه الخبرة أن يجمع مباحث هذه الدراسة من خبرته العملية والتدريبية من جانب، ثم الاستعانة بأفضل ما كتب في هذا المجال، كي يلتقي الجانب النظري مع الجانب العملي لتتم الفائدة المزدوجة لكل المهتمين في مجال المؤتمرات والعاملين في العلاقات العامة.

لهذا فإن الكتاب غنى بالعديد من الموضوعات والفعاليات والنماذج والاستبيانات والحالات التي تفيد العاملين في هذا المجال.

وقد تم توزيع البحث على ستة فصول، إضافة إلى العديد من الملاحق التي تثرى فن إدارة وتنظيم المؤتمرات.

فالفصل الأول بعنوان " مدخل الى المؤتمرات "تحدثنا فيه عن تعريف المؤتمرات وأهميتها وأنواعها والفرق بين المؤتمرات والاجتماعات.

والفصل الثاني بعنوان" كيفية التخطيط للمؤتمرات " مشتملاً علي القواعد الأساسية للتخطيط وإجراءاته الفنية والإدارية، ثم تقييم أعمال المؤتمر، وفي نهاية الفصل تم تصميم هيكل إجمالي لعقد مؤتمر.

وتناولنا في الفصل الثالث؛ كيفية التعامل مع متطلبات وفعاليات المؤتمرات من حيث القاعات والأثاث والطوارئ والحالات الصحية والتدخين والسرقة والإضرابات والاحتجاجات، ثم كيفية عمل ميزانية للمؤتمر وكيفية كتابة خطابات المؤتمرات.

وأما الفصل الرابع؛ فتحدثنا فيه عن بحوث المؤتمرات ومعارض المؤتمرات، ثم الأخطاء الشائعة في المؤتمرات.

وفي الفصل الخامس؛ فتناولنا فيه لجان وبرامج وخطابات المؤتمرات حيث أفردنا لكل لجنة فسحة للتحدث عن عملها قبل المؤتمر وخلاله وبعده.

والفصل السادس؛ تم التحدث فيه عن المؤتمرات عن بعد وأنواع المؤتمرات؛ ثم تحدثنا عن المؤتمر الصحفي وكيفية إعداده وتغطيته وإدارته والمهارات المستخدمة فيه.

واختتمنا البحث بالعديد من الملاحق التي تفيد الطلاب والمتدربين على كيفية إجراء توزيع جداول اللجان، وكيفية التعامل مع القاعات ومرافقة الوفود وتقييم المؤتمرات.

ونسأل الله أن يكون عملنا هذا خالصاً

لوجهه الكريم والله الموفق....

الباحث

د. أحمد العبد أبو السعيد

الأستاذ المساعد في كلية الإعلام / جامعة الأقصى

عميد كلية الإعلام سابقا

خبير تدريب وتنمية واتصال

غزة- أكتوبر 2009



الفصل الأول
مقدمة في إعداد المؤتمرات

الفصل الأول

مقدمة في إعداد المؤتمرات

- ☜مدخل في الإعداد للمؤتمرات.
- ☜ تعريف المؤتمرات.
- ☜ أهمية المؤتمرات.
- ☜ أنواع المؤتمرات.
- ☜ العوامل التي ساعدت على الاهتمام بالمؤتمرات.
- ☜ الفرق بين المؤتمرات والاجتماعات.
- ☜ أنواع الاجتماعات.
- ☜ المعارض.

تعتبر المؤتمرات والندوات من وسائل الاتصال الجماهيري التي تعتمد علي الاتصال الشخصي بين الجماهير والقادة والمفكرين والعلماء، وهى مناسبة للمناقشة الجادة الهادفة للوصول إلى القرارات التي تخدم الأهداف التي أجلها عقدت هذه المؤتمرات أو الندوات.

وتتخذ هذه التجمعات الصفة السياسية أو العلمية أو الأدبية أو الإعلامية أو الاقتصادية أو سواها من القضايا والمواضيع التي تكون مدار البحث والمناقشة. ولقد أصبحت هذه التجمعات سمة أساسية تميز العصر الحديث، كوسائل لتبادل الرأي واكتساب الخبرات وإجراء الحوار الديمقراطي أو العلمي حول القضايا التي تهم الرأي العام أو جزءاً منه.

أما الندوات فهي صورة مصغرة للمؤتمرات وهي تضم في الغالب النخبة من قادة الرأي و الفكر وأهل المعرفة، ويحضرها جمهور صغير لدراسة موضوعات محددة ذات صفة سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو علمية أو غيرها. وتنعقد هذه الندوات بصفة مستمرة في كافة الدول على المستوي المحلي أو الإقليمي والدولي، وتهدف إلي تبادل الخبرات والتجارب واتخاذ التوصيات لتطبيقها بصفة جماعية.

فالأصل في الندوات أنها اجتماعات صغيرة أو كبيرة، أقيمت لمناقشة موضوعات مهمة وخطيرة، وقد يكون من الخير للندوة أن يكون عدد الحاضرين قليلاً أو محدوداً. فإن ذلك يتيح الفرصة للمناقشة العميقة المفيدة. أما إذا كان عدد الحاضرين كبيراً، فان ذلك يؤدي إلي تشويش الأفكار وإرهاق الأعصاب[1].

أما المؤتمرات فهي تكتسب الصفة الجماهيرية الكبيرة وتحضرها الأعداد الوفيرة من جماهير الفكر والرأي، وكذلك القيادات السياسية والإعلامية والعلمية[2].

والمؤتمرات وسيلة هامة للاتصال المباشر بالجماهير، يلجأ إليها القادة وأصحاب الفكر والعلم لعرض آرائهم وأفكارهم وللوقوف علي اتجاهات نحو موضوع معين، يتم للمناقشة الجادة الهادفة

---

(1) د.محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية (القاهرة: دار الفكر العربي 1408هـ- 1988م) ص82.

(2) د. هاني الرضا، دار رامز عمار: الرأي العام والإعلام والدعاية,ط1 (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1418هـ - 1998م) ص189- ص191.

للوصـول إلـى قـرار موحـد تجـاه قضـية أو قضـايا معينـة، وذلـك بعـد عـرض حقـائق هـذه القضـية وملابساتها وتفصيلاتها حتى يكون القرار التي يتخذ حيالها قراراً سليماً.

فالمؤتمرات فرصة سانحة لتبادل الآراء والتقريب بين اتجاهاتها، سواء بين القادة وجماهير الرأي العام أو بين القادة أنفسهم أو بين العلماء والخبراء، وذلك عن طريق الاتصال الشخصي المباشر والتلاقح الفكري. خاصة إذا تم الإعداد الجيد للمؤتمر لكي يحقق الهدف من عقده.

ونظراً لأهمية المؤتمرات كأسلوب للاتصال الشخصي المباشر، نجد أن الحرب العالمية الثانية كانت سبباً لعناية العلماء في الولايات المتحدة الأمريكية بدراسة الدور الذي يلعبه عامل الاتصال الشخصي المباشر في توجيه الأفراد والجماعات وتكوين آرائهم والمقارنة بين هذا اللون من الاتصال، والاتصال عن طريق أجهزة الإعلام. وقد ثبت من الدراسات المتخصصة التي أجريت أن أغلبية الناس لا يحصلون علي أهم معلوماتهم من أجهزة الإعلام بقدر ما يحصلون عليها من خلال مناقشتاهم مع قادة الرأي في الجماعات التي ينتمون إليها[3].

فالاتصال المباشر بالجماهير ليس بدعة في العصر الحديث، بل هو قديم قدم البشرية ذاتها. فنجد أفلاطون قد اهتم قديما بالاتصال الشخصي بالجماهير حين قال:[4] "إن المدينة الفاضلة يتحدد عددها بطريقة تسمح لمناد واحد أن يحيطهم علماً بما يجري من أحداث".

كما أن أرسطو قد سار علي نفس المنوال في الاهتمام بالاتصال المباشر بالجماهير وحدد أركان هذا الاتصال بالمتحدث أو المستمعين لهذا الحديث، وأعطى أهمية للخطابة خلال الاتصال المباشر بالجماهير ومما قاله: " أن الخطابة قد وجدت لتؤثر في الناس، فعلي الخطيب أن يتجاوز توضيح حديثه بالبرهان المنطقي، ويقدم مضموناً قابلاً للتصديق بشكل يحمل المستمعين علي الاعتقاد بأنه شخصية صادقة ومنصفة، ولا يأتي ذلك إلا بوضع هؤلاء المستمعين في الإطار الفعلي والمنطقي السليم [5].

فالاتصال المباشر مع الجماهير هام وحيوي لأن المجتمع الإنساني يقوم علي مقدرة الإنسان علي نقل نواياه ورغباته ومشاعره وأفكاره من شخص لآخر.

([3]) د. مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية، (القاهرة، دار المعارف، 1974) ص109.

([4]) د. سعيد سراج، الرأي العام: مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة المصرية للكتاب, بدون, ص213.

([5]) د. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة، مكتبة أنجلو المصرية، ط1، 1969) ص205.

نظراً لأهمية الاتصال الشخصي المباشر فقد حدد العلامة لازار سفيلد وزملاؤه العوامل التي تجعل من الاتصال الشخصي قوة أكبر في توجيه الرأي العام في النقاط التالية:[6]

1. من السهل أن ينصرف الناس عن المواد التي تتفق مع آرائهم وميولهم والتي تنشرها أجهزة الإعلام الجماهيرية أو تذيعها، ولكن ليس من السهل أن يتجنبوا الحديث مع زميل أو قريب أو صديق لهم، خاصة وأن موضوع الحديث غير معلوم مسبقاً لديهم.

2. يتيح النقاش المباشر مرونة أكبر في عرض وجهات النظر والتأثير في الناس.

3. في حالة الاتصال المباشر يصبح من السهل تقدير رد الفعل مباشرة وتغيير أسلوب المواجهة تبعاً لذلك.

4. من السهل بالنسبة لكثير من الناس أن يقتنعوا بما يقوله أناس معروفين لديهم وموضع ثقتهم، ولكن ليس من السهل أن يقتنعوا بما يقوله أناس مجهولون عن طريق أجهزة الإعلام.

5. يستطيع الداعية أن يحقق هدفه من خلال الاتصال الشخصي بتصرفه النموذجي دون حاجة إلي استخدام أسلوب التحريض المباشر الذي قد ينفر منه بعض الناس.

إضافة إلي ذلك فان الاتصال الشخصي يتسم بخصائص مهمة خاصة في عقد المؤتمرات والندوات تتمثل فيما يلي[7]:

1. تحقيق أهداف يصعب الوصول إليها من خلال وسائل الاتصال العامة.

2. وجود حوار بين الجمهور والقائم بالاتصال ومما يوفر إمكانية طرح تساؤلات؛ وتوضيح أي غموض يكتنف القضية المطروحة.

3. يمثل المصدر في الاتصال الشخصي نموذجاً للسلوك أو الاتجاه المرغوب، وهو ما يشجع المتلقي علي التفاعل.

4. تزداد أهمية الاتصال الشخصي عندما يكون الجمهور المستهدف يحمل اتجاهات سلبية ومتناقضة مع دعاوي الرسالة الاتصالية.

5. يساعد الاتصال الشخصي في تطبيق تكتيكات إقناعية مفيدة لهذا الجمهور، مثل تكنيك الاتجاه المضاد counter Abtitudinal technique والذي يعتمد علي مجاراة الملتقي في اتجاهه المضاد حتى يكتسب ثقته.

([6]) الرأي العام والإعلام والدعاية، مرجع سابق، ص191.

([7])Austin, E and B Pinkleton (2001) strategic public relations management :Planning and Managing Effective Communication programs (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers).

6. يتيح هذا النوع من الاتصال التعرف الفوري المباشر علي تأثير الرسالة، بما يتيح الفرصة أمام المرسل لتعديل رسالته وتوجيهها لتصبح أكثر فعالية وإقناعا[8].

7. يتميز الاتصال الشخصي بما يلي[9]:

- انخفاض تكلفته بالقياس إلي الوسائل الأخرى.
- إمكانية استخدام اللغة المناسبة لمستوي الإفراد المتحدث إليهم.
- تلقائية الاتصال خاصة في المحادثات الغير رسمية.

8. استجابته فورية مباشرة، اتصال مرن، يتسم بحضور الحواس، وأنه أكثر إقناعا.[10]

ونشير أن للمؤتمرات أهمية كبري لدي الباحثين في مجال الاتصال الجماهيري، ودراسة نفسية المجتمع الجماهيري داخل المؤتمر، وكيف يتم اتخاذ القرار، وكيف يخضع الرأي الفردي من خلال المؤتمر لرأي الجماعة. فقد ذكر العالم الفرنسي جوستاف لوبون في كتابه " روح الثورات والثورة الفرنسية " مدي قوة تأثير الجماعات علي أفرادها عند اتخاذ القرار وموافقة الأفراد علي هذا القرار حتى ولو كان مخالفاً لرأيهم الشخصي. وأعطى مثالاً علي ذلك من خلال أحداث الثورة الفرنسية، حيث تنازل الأشراف عن امتيازاتهم الإقطاعية. ويعلق "جوستاف لوبون" علي ذلك قائلاً: إن سبب هذا التنازل، هو أن الناس في الجماعة، يكونون غيرهم وهم منفردون، فلو سئل كل شريف من الشرفاء عن رأيه، وهو منفرد، لأجاب بأنه لا يتنازل عن حقوقه أبدا[11]

وقد اهتم زعماء النازية بالمؤتمرات واعتمدوا عليها في تكوين الرأي العام والتأثير عليه، فكان هتلر يبدو في أحسن حال وأفضل مظهر ليجذب الأنظار، مترافقاً في مظهره مع الأضواء الباهرة والأعلام الملونة والموسيقي الصاخبة الحماسية وغيرها من وسائل استثارة الجماهير والسيطرة عليها من خلال تكامل تلك المظاهر الاحتفالية المبالغ في عظمتها. وكان ذلك تهيئة للخطبة التي سيلقيها علي الجماهير التي تنقاد لكلماته وتمنحه التأييد الكامل للقرارات التي سيتخذها، مهما كانت نتائجها الخطرة على الصعد الداخلية أو الدولية[12].

وتعتبر صلاة الجمعة في الإسلام نوعاً من اللقاءات الشعبية التي تنعقد كل جمعة لجماهير المسلمين. ومن أهدافها خلق روح الجماعة وتوحيد الصفوف والآراء خلف العقيدة الإسلامية وتنفيذ

([8]) د صالح أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (عمان: دار آرام للدراسات والتوزيع، 1995) ص14- ص15.

([9]) د. علي عجوة، مقدمة في وسائل الاتصال, ط1, (جدة، مكتبة مصباح، 1988) ص37.

([10]) د. إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي (عمان: دار مجدلاوي، 1993) ص124- ص125.

([11]) الرأي العام والإعلام والدعاية، مرجع سابق، ص192.

([12]) المرجع السابق, ص192.

تعليماتها، وحددت لمناقشة قضايا المسلمين. فالخطبة بمثابة الرباط الذي يجمع المصلين، فيؤثر في عقولهم ويجذب انتباههم ويعمل علي تقوية إيمانهم وإرشادهم الطريق القويم. كذلك تعد لقاءات الأحد لدى المسيحيين والسبت لدى اليهود في الكنائس والمعابد نوعاً من أنواع المؤتمرات.

وهناك نوعية أخرى من المؤتمرات وهي المؤتمرات الصحفية وهي من أبرز الوسائل التي يتبعها المسؤولون علي اختلاف مستوياتهم ودرجاتهم للوصول إلي الرأي العام واطلاعه علي ما يريد هؤلاء من أمور مهمة، وتحقيق أهداف الإعلام والتفسير والتوجيه والإرشاد والتعليم والتنمية المختلفة. وهي ليست قاصرة علي قادة الفكر السياسي أو العسكري أو الإعلامي؛ وإنما أصبحت قاسما مشتركا في نشاط غيرهم ممن يوجد في مواقع الأهمية الجماهيرية في مجالات الفن والأدب والرياضة والحياة نفسها.[13]

والمؤتمرات مظهر من مظاهر الديمقراطية الحقيقية حيث تحقق الاتصال المباشر بين جماهير الشعب وقياداته، فتنمي الوعي السياسي لدي الجماهير وتعطيهم الفرصة للمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة التي تتعلق بمصالحهم.

وتعتبر المؤتمرات أحد الملامح الهامة في العصر الحديث، فهي دليل واضح علي الاتصال الفعال بين الجهات المختلفة سواء أكان ذلك علي مستوي مصغر في أي وحدة إنتاجية مثلا، أو علي مستوي أكبر، كما هو الحال في المؤتمرات القومية علي مستوي البلد الواحد أو حتى علي المستوى الدولي.

ولا تكاد تشرق شمس أي يوم في العالم، إلا وهناك مؤتمر منعقد في مكان ما علي الكرة الأرضية، ومعنى هذا أن هناك دائما مؤتمراً منعقد بصورة متواصلة، وإن اختلفت الوجوه وأماكن الاجتماعات وتنوعت الموضوعات من خلال تلك المؤتمرات. بل أننا لا نبالغ إذا قلنا انه في كل دول العالم المتقدم وكثير من دول العالم النامي يكاد يكون هناك مؤتمر منعقد في أي يوم من أيام السنة[14].

ومن الناحية الإقناعية فان المؤتمرات لا تعد مكانا لعرض مختلف الآراء والموضوعات فحسب، وإنما تعد وسيلة مثالية من وسائل الاتصال الإقناعي يستطيع فرد أو وفد من خلالها أن يعطي تأثيراً أو انطباعاً ايجابياً حول ما يريد عرضه علي بقية المجتمعين. فهو يجمع بين الاتصال المواجهي، وربما كانت تلك الميزة هي أول المميزات الهامة التي تتميز بها تلك الوسيلة الاتصالية،

([13]) د.محمود أدهم، المؤتمرات الصحفية (بدون 1986)، ص7.
([14]) أحمد أبو السعيد, الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (برنامج الإعداد للمؤتمرات، غزة 1993).

إلى جانب ميزة كبر العدد المخاطب، ثم أيضا إمكانية طباعة الأبحاث والكلمات الملقاة، وأخيرا استخدم الوسائل الصوتية والضوئية الحديثة التي تزيد من فرص الإقناع كالصور ووسائل العرض السينمائية والتلفزيونية والشرائح.......الخ.

وحتى عهد قريب كانت عملية تنظيم المؤتمرات تعتمد بالدرجة الأولي علي كفاءة القائمين عليها أو المنوط بهم إعدادها؛ كما كان نجاح تلك المؤتمرات يعتمد أساسياً علي عنصري التجربة والخطأ. ولكن بتقدم العلوم واستحداث الكثير من وسائل التكنولوجية الحديثة أصبح في الإمكان عمل برنامج واضح محدد يمكن من خلاله الإعداد الجيد للمؤتمرات المختلفة[15].

يتبين لنا مما تقدم أن المؤتمرات والندوات هي من وسائل الاتصال الجماهيري، تهدف إلى مناقشة القضايا العامة التي تهم الشعوب، وتعمل علي خلق رأى عام واحد. وهي مظهر من مظاهر الديمقراطية الحقيقة حيث تحقق الاتصال المباشر بين جماهير الشعب وقيادته فتنمي الوعي السياسي لدي الجماهير وتعطيهم الفرصة للمشاركة في اتخاذ القرارات الهامة التي تتعلق بمصالحهم.

ويتم في العصر الحديث توسيع القاعدة الجماهيرية لهذه المؤتمرات وذلك عن طريق نقلها للمستمع والمشاهد عبر أجهزة الإعلام المختلفة؛ وبذلك يتسنى للجماهير التي لم تحضر هذه المؤتمرات الاستماع لما يدور فيها من نقاشات وما يتخذ من قرارات؛ ويهتم القادة باستخدام أجهزة الإعلام في المؤتمرات حتى يتمكنوا من تحقيق اللقاء المباشر مع كافة جماهير الشعب من خلالها، وحتى يضمن هؤلاء القادة الحصول علي التأييد الشعبي، ليس فقط من جمهور الحاضرين في المؤتمر، بل من كافة الفئات المعنية بموضوع المؤتمر. وتظهر أهمية المؤتمرات خاصة في الحملات الانتخابية ولقاءات الجماهير وخطب قادة الأحزاب بما يحقق أفضل تأثير.[16]

لهذا نستطيع القول أن المؤتمرات والندوات في عصرنا الحديث ونحن علي عتبات القرن الحادي والعشرين مازالت من وسائل الإعلام الأم في تكوين الرأي العام والتأثير فيه، لذلك فإن اللجوء إليها سيزداد، خاصة في طرح المشكلات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتربوية بحثاً عن الحلول، وتنويراً للرأي العام حول طرق مواجهة هذه المشاكل وإيجاد الحلول لها. فهي وسيلة هامة للارتقاء بالمجتمع المدني وتطويره لمواكبة التقدم الحضاري ومواجهة المشكلات التي تطل علينا بين الحين والآخر، من أجل رفعة البشرية وتوفير حياة كريمة لها.

([15]) المرجع السابق.

([16]) د. صفوت العالم، الاتصال السياسي والدعاية الانتخابية (القاهرة: دار النهضة العربية، 2005) ص118.

أولاً: تعريف المؤتمرات:

1. هو لقاء يجمع بين مجموعة من الأفراد يمثلون دول ذات سيادة أو هيئات دولية بغرض المنافسة واتخاذ القرارات التي تدعم مصالح هذه الدول والهيئات.

2. المؤتمر هو عبارة عن مناقشة وتبادل فكري بين أعضائه وبعضهم حول قضايا أو موضوع أو مشكلة أو مشروع أو ظاهرة يهتمون بها ومرتبطة بظروفهم بقصد التوصل إلى آراء أو توصيات أو قرارات مناسبة والعمل علي الالتزام بها.

3. المؤتمر هو عبارة عن مناقشة وتبادل فكري بين أعضائه وبعضهم حول قضية أو موضوع أو مشكلة أو مشروع أو ظاهرة يهتمون بها ومرتبطة بظرفهم بقصد التوصل إلى آراء أو توصيات أو قرارات مناسبة، والعمل علي الالتزام بها، وهي وسيلة من وسائل الاتصال التي تهيئ الفرصة لمجموعة من الأعضاء للتبادل الفكري فيما بينهم حول موضوع يهتمون به[17].

4. المؤتمر مجموعة من الأفراد بينهم أمر مشترك، يجتمعون لمدة يوم أو عدة أيام لمناقشة عدة أمور، مثل اجتماع 200 طبيب من عدة دول مختلفة متخصصون في أمراض القلب لعرض أحدث الأبحاث في مجال أمراض القلب، وكيفية علاجها؛ وذلك لمدة 4 أيام متصلة[18].

5. يمكننا أن نستخلص من هذه التعريفات التعريف التالي: أن المؤتمر ما هو إلا عمل جماعي يشارك فيه مجموعة من المتخصصين في حوار علمي منظم حول قضية تهم قطاع عريض من الرأي العام من أجل الوصول إلى حلول أو رؤى مستقبلية لتفادي ما يمكن أن يحدث من مشاكل مستقبلا, وما هو إلا وسيلة اتصال تهدف إلى زيادة التفاهم بين الأفراد والمؤسسات أو الدول في قضايا محددة سلفاً.

ثانياً: أهمية المؤتمرات:

وإذا تعرضنا لأهمية المؤتمرات بمختلف أنواعها وتعدد موضوعاتها يمكننا القول بأن أهمية المؤتمرات تكمن فيما يلي[19]:

- سرعة اتخاذ القرارات حول مشكلات قائمة أو مستقبلية.
- طرح أفكار كثيرة ومتنوعة حول مشكلة معينة أو موضوع حيوي.

([17]) د. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة (القاهرة: جامعة سوهاج، بدون) ص299.

([18]) د. ليلي محمد الزلاقي، فن إدارة الحفلات والمؤتمرات (القاهرة، كفر الدوار، مكتبة بستان المعرفة، 2003) ص113.

([19]) أحمد أبو السعيد, مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة، (برنامج إعداد المؤتمرات 1993).

- ابتكار حلول غير مسبوقة لمشكلات ملحة مستقبلية.

- تبادل الأفكار والآراء بين المتخصصين.

- إيجاد نوع من المشاركة الفكرية بين المتخصصين والرأي العام الجماهيري.

- فرصة لإعطاء مجموعة من المعلومات والبيانات الخاصة بموضوعات معروضة للبحث والدراسة.

- تبادل المعلومات بين الأعضاء والتعرف على وجهات نظر مختلفة حول قضية أو موضوعات معينة.

- تصحيح المفاهيم الخاطئة عن بعض القضايا التي تهم الرأي العام.

- تحديد أنسب البدائل لحل مشكلة معينة قيد البحث والدراسة.

- اتخاذ موقف موحد تجاه مشكلة معينة واتخاذ قرارات بشأنها.

- وسيلة فعالة لتنمية التفاهم بين المؤسسات وبعضها البعض علي المستوي المحلي أو الإقليمي أو الدولي.

- وسيلة هامة لجذب اهتمام الرأي العام لموضوع معين أو مسألة محددة وإقناع المسئولين الحكوميين بما يصل إليه المؤتمر من توصيات.

- تساهم في تحقيق وحدة الفكر والرأي بين المهتمين بموضوع معين.

- تضييق الفجوة بين النظرية والتطبيق حيث يمثل الأول العلماء المتخصصين وأصحاب الرأي.. ويمثل الثانية أجهزة التنفيذ,

- توقع مشكلات مستقبلية.. ومحاولة استشراف حلول عملية لها.

- زيادة التعاون المثمر بين مختلف مراكز البحث علي المستويين المحلي والدولي.

- زيادة القدرة علي التركيز، بما يحقق ما يلي[20]:

- التعبير عن الآراء بحرية.

- الرغبة في التعرف علي آراء الآخرين.

- زيادة مشاركة الأعضاء.

- رفع معنويات المشاركين.

- تخفيض عوائق الاتصال، حيث يشعر الجميع بالمساواة.

([20]) د.مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات, ط2, (تخطيط- تنفيذ- تقييم) (القاهرة: مكتبة الوفاء، 1995) ص20.

- الشعور بالثقة والأمان.

إضافة أن المؤتمرات تتحقق أهميتها للعديد من الدول فيما يسمى بسياحة المؤتمرات حيث تجذب أعداداً من المشاركين، فقد أصبحت مصدراً مهماً للدخل لعدد كبير من دول العالم التي أتقنت هذا النشاط وتفوقت فيه مثل سويسرا وأسبانيا، كما دخلت مصر في الآونة الأخيرة في هذا المجال بشكل فاعل[21].

ثالثاً: أنواع المؤتمرات:

يمكن تحديد أنواع المؤتمرات (بناء علي عاملين) وفقاً لما يلي[22]:

1. النطاق الجغرافي
2. الموضوع

1. النطاق الجغرافي:

فبالنسبة للعامل الأول يمكننا تقسيم أنواع المؤتمرات من خلال نطاقها الجغرافي كما يلي:

-مؤتمرات محلية:

تختص بموضوع محدد أو قضية أو مشكلة في نطاق ضيق داخل البلد ذاته يشارك فيه الخبراء والمتخصصين من نفس البلد وفي ذات القضية.

-مؤتمرات إقليمية:

يتسع النطاق الجغرافي لمثل هذه المؤتمرات فيشمل مجموعة كبيرة من الدول تقع جمعيها في منطقة جغرافية واحدة. وتتناول هذه المؤتمرات موضوع أو عدة موضوعات تهم تلك الدول وتمس مصالحها المشتركة.

-مؤتمرات دولية:

وهي تلك التي تختص بموضوع في نطاق جغرافي أكثر اتساعاً يشمل مجموعة كبيرة من الدول والمنظمات الإقليمية والدولية ويشارك فيه عدد ضخم من الشخصيات الدولية والعلماء والمتخصصين. وتهتم هذه الدول من المؤتمرات بدراسة قضية رئيسية تمس مصالح هذه المجموعة من الحاضرين للمؤتمرات.

([21]) د. سامي الشريف، الإعلام السياحي, ط3, (القاهرة: دار النهضة العربية، 2006) ص20.
([22]) د. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة (القاهرة: جامعة سوهاج بدون) ص231.

ويتم إطلاق صفة الدولية على مثل هذا النوع من المؤتمرات نظراً لارتفاع مستوى التمثيل في حضور جلساته. كما يمكن أن يأخذ صفة الدولية إذا اشترك فيه مجموعة متنوعة من الخبرات المحلية والأجنبية على مستوى عالمي.

2. الموضوع:

إن القضايا التي سيناقشها المؤتمر هي التي تدل على نوعيته. ومن أمثلة ذلك:

- المؤتمر السياسي.. الذي تصبغ السياسة طابع كل جلساته وأعماله وموضوعاته، وغالباً ما يركز على قضية سياسية واحدة ملحة.

- المؤتمر الديني.. حيث ينحصر في قضايا ذات اهتمامات دينية أو تهم أبناء ديانة واحدة، أو حتى مجموعة من الأديان.

- المؤتمر الاقتصادي.. ويتعلق بموضوعات اقتصادية بحتة، ويناقش قضايا اقتصادية تهم قطاعات عريضة من الرأي العام.

- المؤتمر الاجتماعي.. وتصبغه الموضوعات التي تتعلق بقضايا اجتماعية إنسانية (مثل مؤتمر عن الإدمان).

- المؤتمر العلمي.. الذي يتناول بصفة أساسية موضوعاً ذا صبغة علمية بحتة، وغالباً ما يكون هذا المؤتمر محل اهتمام من جانب متخصصين جداً في الموضوع.

- المؤتمر النقابي.. ويختص بمناقشة أو معالجة موضوع يهم نقابة معينة.

- المؤتمر الرياضي.. يهتم المشاركون فيه بموضوعات ذات إطار رياضي بحت.

- المؤتمر الفني.. يحضره قطاع يهتم بالفنون بمختلف أشكال التعبير.

- المؤتمر الأدبي.. ويكون طابعه أدبي متخصص. مثلاً: مؤتمر عن الاتجاهات الحديثة في الشعر العربي.

- المؤتمرات القانونية.. وهى تلك التي تتعلق نتائجها وكذلك موضوعاتها بتقنين أو تطوير القانون الدولي[23].

ويلزم في هذا الإطار من الحديث عن أنواع المؤتمرات أن نفرق بين المؤتمرات ذات الانعقاد الواحد- أي ذلك المؤتمر الذي ينعقد مرة واحدة بلا تكرار.. حيث يكون في الأغلب الأعم مهتماً

([23]) د. ليلي محمد الزلاقي، فن إدارة الحفلات والمؤتمرات (القاهرة، كفر الدوار، مكتبة بستان المعرفة، 2003) ص113.

بمناقشة موضوع واحد لمدة زمنية محددة، وبين المؤتمرات السنوية، أي تلك التي تنعقد في موعد سنوي ثابت سواء أكانت محلية أو إقليمية أو دولية وتختص أو تهتم بمناقشة موضوع واحد محدد من قبل المختصين، وبين الندوات.. وهي تلك التي تنعقد في فترة زمنية محددة ومختصرة وتناقش مجموعة من الأفكار تحت عنوان واحد.

وكذلك التفرقة في ذات الوقت بين المؤتمرات أيا كان نوعها أو مدتها أو موضوعاتها، وبين المعارض السنوية أو الدولية أو المحلية التي تقام من وقت لآخر بغرض التسويق أو الترويج لمشروعات ومنتجات معينة.

وهناك وجهة نظر أخرى تصنف المؤتمرات وفقاً للمعايير الآتية[24]:

1. بحسب الأهداف الاتصالية للمؤتمرات:

- *مؤتمرات مصادر للمعلومات.*

- *مؤتمرات بغرض تبادل المعلومات.*

- *مؤتمرات البحوث.*

- *مؤتمرات اتخاذ القرارات.*

- *مؤتمرات صحفية.*

- *مؤتمرات للشركات ورجال الأعمال و التسويق.*

- *مؤتمرات الاتحادات المهنية.*

- *مؤتمرات سياحية.*

- *مؤتمرات المنظمات القومية التي تنظم بهدف جمع المغتربين في دول أجنبية[25].*

2. بحسب المستوى وتنقسم الى:

([24]) د. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة (القاهرة: جامعة سوهاج بدون) ص229- ص230.
([25]) د. ليلي محمد الزلاقي، فن إدارة الحفلات والمؤتمرات، ص116- ص117.

- *مؤتمرات محلية.*

- *مؤتمرات قومية.*

- *مؤتمرات إقليمية.*

- *مؤتمرات دولية.*

3. بحسب الانتظام في عقداها:

- *مؤقتة ليس لها هيئة دائمة تنظم انعقادها وغير منتظمة أصلاً في الانعقاد.*

- *منتظمة لها هيئة تنظم انعقادها بصفة دورية منتظمة ولها صفة الانتظام.*

4. بحسب طبيعة الموضوع:

- *مؤتمرات عامة.. قضية تهم الجماهير, وسيلة تفاهم بين المؤسسات وجماهيرها.*

- *مؤتمرات نوعية.. تختص بممارسة أنشطة في مجال معين.*

- *مؤتمرات مهنية.. تختص بمناقشة مشكلات مهنية معينة.*

رابعاً: العوامل التي ساعدت على الاهتمام بإقامة المؤتمرات

1. ازدياد اتجاه دول العالم إلى التعاون والتقابل فيما بينهم لخلق جو من التواصل والتكامل في المجالات المختلفة، مما يساعد على انتشار السلام بين الشعوب.

2. اهتمام برنامج الأمم المتحدة في جميع دول العالم بالقضايا الجديدة التي تهمهم مثل: مؤتمرات السلام، حماية البيئة، مكافحة الإرهاب، حماية المرأة، قضايا المعاقين... الخ.

3. ازدياد عدد اتحادات منظمي المؤتمرات ومكاتب تسويق المؤتمرات التي تقوم بتنظيمها، وتوفير الخدمة اللازمة لنجاحها.

4. التطور في صناعة الطيران واتساع شبكة الطيران دولياً ومحلياً، لتغطى جميع أنحاء العالم، مما يجعل التنقل أكثر سرعة وراحة وأماناً، وكذلك توافر شبكات النقل الداخلي بالسيارات والحافلات.

5. ظهور مراكز متخصصة لإقامة المؤتمرات، لها قاعات مجهزة بأحدث الأجهزة السمعية والمرئية والمعدات اللازمة للعرض والترجمة الفورية.... الخ.

6. التطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصالات عبر الأقمار الاصطناعية، وتوافر الوسائل السمعية والبصرية مما يسهل التواصل والتنسيق لعقد المؤتمرات.

7. مساهمة الفنادق بدور فاعل في تنظيم المؤتمرات، وتقديم كافة سبل الراحة لأعضاء المؤتمر[26].

وقد تكونت في بعض الدول الأوروبية جمعيات مهتمة بالأعمال السياحية والفندقية التي تصاحب إقامة المؤتمرات والاجتماعات وهى الجمعية الأوروبية لمدن المؤتمرات European Federation of conference towns

وتصدر الجمعية نشرة سنوية تهدف إلى تسويق خدمات هذه الدول على مستوى العالم عن طريق بيان ما تتميز به كل مدينة، وما يتوفر فيها من خدمات أو إمكانيات علمية ومزارات سياحية وأماكن ترفيهية للمؤتمرين. وتشترط الجمعية في المدن التي تنضم إليها ما يلي:

1. يتوافر فيها مراكز للمؤتمرات، وأماكن تصلح لعقد المؤتمرات، ويوجد بها المعدات والأجهزة اللازمة لذلك.

2. أن يتواجد بها فنادق ذات مستوى سياحي عالمي بالقرب من مراكز المؤتمرات.

3. لها موقع سياحي متميز يسمح بإعداد برامج للرحلات والترفيه.

4. بها شبكة مواصلات مريحة وميسرة لسهولة انتقال المؤتمرين.

5. أن تتميز بالهدوء والأمن بما يضمن الراحة والمتعة لزوارها.

فمثلا يعقد المجلس الدولي للوثائق مؤتمرات دولية كل ثلاث أو أربع سنوات على نطاق دولي شامل في دول تتوافر بها متطلبات عقد المؤتمرات، للوقوف على مدى التقدم في المجالين النظري والعملي في حقل الأرشيف، فقد انعقد في عام 1953 مؤتمر في لاهاي، ثم في فلورنسا 1956، وستوكهولم 1960، بروكسل 1964، ومدريد 1968، وموسكو 1972 حضره 3000 مندوب يمثلون غالبية دول العالم[27].

خامساً: مقارنة بين الاجتماعات والمؤتمرات:

([26]) د. ليلي محمد الزلاقي، فن إدارة الحفلات والمؤتمرات، ص113- ص114.

([27]) د. محمد قبيسي، علم الوثائق والتقنية الحديثة (بيروت، دار أفاق، 1405 هـ- 1982م) ص12.

إن العديد من المبادئ المستخدمة في مجال الاجتماعات يمكن تطبيقها على المؤتمرات[28].

فالمؤتمرات ما هي إلا اجتماع كبير، ولكن الترتيبات المستخدمة في مؤتمر ناجح أكثر تعقيداً؛ إذ يتطلب استئجار العديد من الفنادق لتدبير الإقامة اللازمة والإعاشة للعدد الكبير التي يشارك في المؤتمر.

وتختلف المؤتمرات عن الاجتماعات في عدة نقاط[29].

المؤتمرات	الاجتماعات
يتفق عليها قبل وقت انعقادها بسنة على الأقل	قد يتفق عليها قبل انعقادها بأسبوع
تعقد مرة أو مرتين على الأكثر في العام	تُعقد أكثر مرة في الشهر
عدد المشاركين كبير	عدد المشاركين أقل بكثير
توجد منصة لمنظمي المؤتمر والمتحدثين وترتب أمامها مقاعد أعضاء المؤتمر	يجلس المجتمعون حول مائدة ممتدة، يختلف طولها تبعاً لعدد الأعضاء ,أو ترص على شكل الفصل في الاجتماعات التدريبية
عادة يصاحبها معارض	لا يصاحبها معارض
فترة انعقادها من 3-4 أيام	قد تكون ليوم واحد أو ساعات محدودة
يصاحبها عادة إقامة بعض المؤتمرين في الفندق	عادة بدون مبيت بالفندق

سادساً: أنواع الاجتماعات:

"للانضمام, للاتحاد, للمواجهة, للالتقاء وجهاً لوجه, للتقابل, للاتصال بـ " هذه هي تعريفات كلمة الاجتماع، وكلمة الاجتماع كلمة تطلق على أحداث كثيرة وعلى أي نوع من التجمع. ومع هذا فهناك أنواع كثيرة من الاجتماعات، لكل منها اسم معين يعطى له بناءً على عوامل، منها: الهدف والحجم. ولأغراضنا هنا فان الأنواع الأكثر شيوعاً مدرجة هنا. كما أن المعارض التجارية الكبيرة والصغيرة هي أنواع أخرى من الاجتماعات.

ولنضع في الاعتبار أنه باستطاعة أي شخص تسمية الاجتماع بأي اسم يريد، وتحديد الاسم يرجع إلى منظمي الاجتماع[30].

([28])Elzabeth Kenrick and Other, Business Communication, (Hanlow Essex: Longman House, Burnt Hill, 1987) P.129.

([29]) د. ليلي محمد الزلاقي، فن إدارة الحفلات والمؤتمرات، ص118.

1. مؤتمر (Convention): يستخدم هذا الاسم عادة لوصف الاجتماعات القومية وفى حالات كثيرة يكون المدعوون للمؤتمر مختارين لحضوره كممثلين لفروع المنظمات المحلية. وتتميز هذه الاجتماعات بضخامة الحجم، مثل مؤتمرات الحزب الديمقراطي والحزب الجمهوري. وقد يطلق مصطلح المؤتمر على اجتماع يضم الممرضات على مستوى الولاية.

2. تجمع (Congress): وتدل هذه الكلمة هنا على مشاركة على المستوى القومي أو الدولي. إن الدلائل السياسية لهذا الاسم واضحة، ولكن المؤتمر (Congress) هنا يمكن أن يعقد من قبل مجموعة في أي موضوع. ويرمز الاسم عند البعض إلى مشاركة العديد من المندوبين؛ حيث يمثل كل منهم فرعه المحلى أو منطقته الجغرافية.

3. مؤتمر(Conference): ويعنى جمع أناس مع بعضهم. ولكن عادة ما يكون عدد الحاضرين في هذا النوع من الاجتماعات كبيراً.

ويكون المشاركون من الذين يعملون في مجالات متشابهة. فربما كان مؤتمراً خاصاً بالمهندسين الكيميائيين أو مؤتمراً للهندسة الوراثية الكيميائية، وربما ضم المؤتمر كيميائيين ومهندسين وأطباء وباحثين. ولفظ المؤتمر(Conference) هو أكثر الأسماء استخداماً لتسمية مثل هذه الاجتماعات، ولكن الترتيبات المستخدمة في مؤتمر ناجح أكثر تعقيداً، إذ قد تتطلب استئجار العديد من الفنادق لتدبير الإقامة والإعاشة للعدد الكبير الذي يشارك في المؤتمر[31].

4. مجلس (Council): ويعنى اجتماع بعض الأشخاص لمناقشة موضوع معين. ويمكن استخدام هذا اللفظ لتسمية مجموعة أو لتسمية اجتماع. فعلى سبيل المثال يمكن أن يعمل الفرد كمستشار لمجلس السياحة، كما يمكن أن يحضر مجلس السياحة. ونقول مجلس الإسكان، مجلس التأديب وهكذا.

5. حلقة (Seminar): يحضرها العديد من طلبة الجامعات، وهى عبارة عد جلسات دراسية مركزة يشجع من خلالها تبادل الأفكار حول موضوع معين، ومن الممكن أن تستمر الحلقة ساعة واحدة وقد تستمر لعدة أيام. ومن الممكن أن تقدم كجزئية من اجتماع كبير. ويوحي هذا التعبير بان الناس يحضرون لكي يحصلوا على معلومات لا ليعطوا معلومات.

([30]) سوزان ستيورات، دليل التخطيط لاجتماع ناجح, ط1، (ترجمة د. إبراهيم البداخ) (الرياض: مكتبة الملك فهد، 1420هـ) ص70.

([31]) د.مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ - تقييم) (القاهرة: مكتبة الوفاء ط2، 1995) ص29.

ومن الممكن أن تكون الحلقة مفتوحة للجمهور، كأن يعلن في الصحف في عدة مدن عن حلقة للجمهور حول (كيفية الاستثمار في العقار). فظاهرياً لا يكون هناك ما يجمع الحاضرين سوى رغبتهم في أن يتعلموا عن الاستثمار في العقار.

6. اللقاء (forum): وهو يشبه الحلقة، وأحد تعريفات اللقاء أنه برنامج عام يجمع بين جماعة من المناقشين ومشاركات الحاضرين. ويعنى اللقاء عند البعض الاجتماع المفتوح غير الرسمي في مدينة ما حول أنظمة تحديد المناطق.

7. ندوة (symposium): وفيها يقوم بعض المختصين بمناقشة موضوع معين؛ وللندوة مدلول رسمي وهى تستخدم بشكل أساسي عند مناقشة موضوعات علمية. وكمثال على ذلك ندوة حول مجابهة مرض نقص المناعة المكتسبة (الايدز). كما يستخدم هذا اللفظ كذلك للاجتماعات السياسية، وعند عقد ندوة عن منع تدمير الغابات في أمريكيا الوسطى تضم جماعات البيئة الدولية.

تجرى في الندوة خطابات قصيرة معدة مسبقاً، لا تزيد مدة كل منها عن خمس دقائق، بهدف زيادة معلومات الجمهور المستقبل حول موضوع ما عن طريق عرض وجهات النظر المختلفة والمتعارضة[32].

ومن عوامل نجاحها أن يجتمع المنعقدين قبل بداية الندوة لإتاحة الفرصة للتعارف وتبادل المعلومات فيما بينهم وتوضيح الإجراءات اللازمة لإنجاح الندوة[33]، إضافة أنها تتميز بمجموعة ميزات:

- يتيح الفرصة للنقاش بين الجمهور والخبراء بتلقائية.
- يتيح الفرصة للاستماع لآراء أكثر من خبير أو متخصص
- تتميز بقدرتها على التأثير وبخاصة إذا كان موضوع الندوة غير مفهوم لأغلب الحاضرين.

8. اجتماعات العزلة (Retreat): عادة ما يستخدم هذا النوع من الاجتماعات كأسلوب لإيجاد حل للمشكلات، وفحص الأفكار ودراستها. وتقليدياً فان حضور اجتماعات العزلة يكون محصوراً في أشخاص معدودين. وربما جرى في هذا النوع من الاجتماعات جلسات توليد الأفكار (Brainstorming). وفيها يقوم شخص ما في دور الوسيط أو المسهل بقيادة المجموعة للبحث عن

([32]) د. إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي (عمان: دار مجدلاوي، 1993) ص254- ص255.
([33]) د. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة (القاهرة: جامعة سوهاج، بدون) ص223.

أفكار جديدة. وعلى سبيل المثال قد ينعقد مجلس إدارة الغرفة التجارية في اجتماع عزلة لتطوير سبل جذب صناعة جديدة إلى المنطقة في العام القادم.

9. ورشة العمل (Workshop): وهو عبارة عن برنامج تعليمي قصير تتناقش فيه مجموعة صغيرة حول مشكلات محددة. وقد تكون ورش العمل جلسات قصيرة تعقد خلال المؤتمر؛ أو ربما كانت قائمة بذاتها. وربما يعنى لفظ (ورشة عمل) اجتماعاً قصيراً يستمر ساعتين أو ثلاث ساعات، وباستطاعة الواحد منا حضور ورشة عمل في مجال المحافظة على الآثار التاريخية، أو الحياكة، أو تعلم برنامج (Word Perfect) لمعالجة الكلمات.

وقد تضم ورشة العمل مجموعة من الأفراد ذوى الخبرة ويشغلون مناصب مسئولة مختلفة؛ وخبراء متخصصين ومهتمين، يلتقون بغرض إيجاد حلول ومخارج للمشكلات والتحديات والمسائل والقضايا الحساسة والهامة التي تعترض عملهم، ومن طبيعة المشكلات والتحديات حاجتها إلى العمل الجماعي والفريقي[34] بما يشجع على التعبير والحوار.

10. التعليم العملي(Clinic):ونظراً لاستخدامات هذا المصطلح في المجال الطبي فإنه يرمز إلى تقديم العلاج أو المساعدة في تشخيص بعض المشكلات. ولكن نطاق المشكلة- التي يمكن استخدام هذا الأسلوب فيها - هو نطاق واسع. وقد يحتوي التعليم العملي على مهارات استخدام الهاتف أو عمل الإستنسل (ورق لإنتاج العديد من الصور).

11. المحاضرة (Lecture): وهو عبارة عن اجتماع بسيط يحاضر فيه متخصص حول موضوع محدد لمجموعة من الحضور. ومثال على ذلك محاضرة في جامعة حول الأحزاب السياسية في القرن التاسع عشر، أو قيام نادي البستنة بتنظيم محاضرة عن نبات الإيكيبانا (Ikebana).

سابعاً: المعارض التجارية:

تمثل المعارض التجارية أحد النشاطات التجارية الهامة في شمال أمريكيا. ويعقد كل عام أكثر من 9000 معرض. وتقام المعارض لعرض أجهزة ومنتجات أو لمجرد وصف خدمة, ومن الممكن أن تكون مصدر دخل كبير للشركة الراعية للمعرض

([34]) د. حسين محمد حسنين، تخطيط وإدارة ورش العمل، (عمان: دار مجدلاوي، 1423هـ- 2003م) ص25-ص26.

ويستخدم لفظ معرض(Exhibition) عادة لوصف عرض يعقد مرتبطاً باجتماع أخر، كمؤتمر على سبيل المثال. بينما يستخدم لفظ معرض تجارى (Trade show) لوصف معرض يقام مستقلاً بذاته. وتستخدم لفظ معرض(Exhibition) للدلالة عليهما معاً.

وتستخدم هذه الألفاظ بالتبادل فيها بينها, ولكننا لأغراض هذا الكتاب سنستخدم لفظ معرض (Trade show) للدلالة على المعارض التي تكون قائمة بذاتها.

ويتم في إقامة المعارض التجارية استخدام مفاهيم تخطيط الاجتماعات. ولكن هذه المفاهيم رغم ذلك لها مبدؤها المهنية ومتطلباتها الخاصة. وليس في استطاعة هذا الكتاب تغطية تفاصيل تخطيط وتنفيذ المعارض؛ لأنه يحتاج إلى الكثير من المعرفة التقنية حول مواضيع مثل الهندسة والمفاوضات العمالية. وهناك شركات خدمات مختصة بالمعارض تقدم مثل تلك الخبرات، وتقوم بالتعاقد بشأن المواصلات والأجهزة السمعية والبصرية والتخزين والتأمين والشحن والتركيب والفك وتصميم النماذج والصور الفوتوغرافية [35].

وكل معرض يعقد على هامش اجتماع له جمهور يتألف من المشاركين في ذات الاجتماع. ونظراً لأن معظم الاجتماعات تجتذب أناساً لهم رغبات وميول أو أعمال متقاربة، فانه من الطبيعي أن يضم المعرض بائعين تجتذب منتجاتهم وأجهزتهم وخدماتهم المشاركين في الاجتماع.

وعامة، فإن كل عارض يقوم باستئجار مساحة مخصصة له. وتتراوح المساحة من سطح طاولة طولها ستة أقدام إلى قسم كبير خاص يحوى تقنيات سمعية وبصرية متطورة معقدة. وتجد كثير من المنظمات أن إقامة المعارض خلال الاجتماعات يساعدها على مواجهة تكاليف الاجتماع. فإذا كان الحال كذلك فسيصبح المعرض أحد الاعتبارات المهمة في التخطيط للاجتماع.

وقد يكون المعرض صغيراً لا يتعدى سطح طاولة يعرض عليها بعض المنتجات على هامش حفل غداء أو حفل شاي في اجتماع كبير، وعلى سبيل المثال، فإن معرضاً صغيراً خلال حفل غذاء لرجال الإطفاء ربما يشمل عرض صور حول طرق الإنقاذ مصحوباً بعرض جهاز تنفسي. وتتم إقامة المعارض الكبيرة في صالات المعارض أو غرف المناسبات التي يعقد فيها الاجتماع. وإذا كان المؤتمر موزعاً في عدة مبان، فربما تم استئجار مركز أو صالة نشاطات المدينة للمعرض. وفي حالة استخدام قاعة خارجية فإنه من المعتاد أن تعقد جلسات الاجتماع مصحوبة بتقديم بعض الوجبات هناك، لجذب المشاركين للمعرض وإعطاء البائع بروزاً أكبر.

([35]) سوزان ستيورات، دليل التخطيط لاجتماع ناجح، مرجع سابق، ص71.

وقد يستمر المعرض طوال فترة الاجتماع، وربما تم تقصير ساعاته. ويجب على مخططي الاجتماعات أن يقرروا كيفية جدولة المعرض. ويجب عليهم الموازنة بين إعطاء المشاركين الفرصة لمشاهدة المعرض، وفي نفس الوقت ضمان عدم فواتهم بعض الجلسات العامة. وبالطبع فإنه إذا كان إيجار مساحة العرض مرتفعاً، فإن العارضين يتوقعون أن يتم تخصيص وقت أكبر للمشاهدين لمشاهدة المعرض[36].

لمزيد من التفاصيل

([36])Geffery Whitehead Secretarial Practice (Mad Simple) London: W. H. Allen Loo. Ltd,1977) P152.

([2]) د. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، ص223.

([3]) د. مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات، ص78.



الفصل الثاني

كيفية التخطيط للمؤتمرات

الفصل الثاني

كيفية التخطيط للمؤتمرات

* **القواعد الأساسية لعقد المؤتمرات**.

☜ أولاً: التخطيط.

- أهميته.
- منهج النظم في التخطيط للمؤتمرات.
- شروط إعداد خطة مؤتمر.
- هل أنت مخطط مؤتمرات جيد.
- جدول تخطيط مؤتمر.

☜ ثانياً: الإجراءات الفنية.

- تشكيل اللجان.
- اختيار رئيس المؤتمر.
- اختيار أمين عام المؤتمر.
- اختيار التوقيت المناسب.
- اختيار شعار المؤتمر.
- اختيار المتحدثين.

☜ ثالثاً: الإجراءات الإدارية.

- وثائق المؤتمر.

* المنشآت المناسبة لعقد المؤتمرات.
* دور العلاقات العامة في المؤتمرات.
* تقييم أعمال المؤتمر.
* هيكل إجمالي لعرض المؤتمر.

القواعد الأساسية لعقد المؤتمرات:

هناك ثلاث قواعد أساسية يمكن الاعتماد عليها في عقد المؤتمرات وهى:
(التخطيط والإجراءات الفنية والإجراءات الإدارية). وسنتناول كل منها على النحو التالي:

أولا: التخطيط

يعد التخطيط العنصر الأساس في أي عملية إدارية، إذ لا يمكن تنفيذ الأعمال وتحقيق الأهداف دون التخطيط لها، فهو عملية فكرية ذهنية تسبق أي عملية، ينتهي باتخاذ قرارات تتعلق بما يجب عمله وكيف يتم ومتى عمله[37].

لذا فإن أي عمل للمؤتمر يلزمه خطة مبنية وفق منهج علمي، مثل خطة مسبقة لموازنة المؤتمر، خطة مسبقة لاختيار المتحدثين، خطة لمكان عقد المؤتمر، وخطة للدعاية... هكذا، فأي عمل في المؤتمر يخضع إلى مبدأ التخطيط، يوجه الاختيار الأفضل استخدام ممكن لمجموعة الطاقات المتاحة لدى مخطط المؤتمر لتحقيق أغراض معينة في فترة زمنية محددة.

أهمية التخطيط للمؤتمرات[38]:

1. إنه سلاح يساعد منظمي المؤتمر علي تحديد وتنسيق ما يجب عمله وتحقيق أهداف المؤتمر في الوقت المحدد.

2. يساعد على الأداء المتميز في حل المشاكل والموضوعات التي قد تواجه أنشطة المؤتمر.

3. يتيح لمنظمي المؤتمر على ما يلي:

- المشاكل التي تتطلب الحلول أو اتخاذ القرارات الفورية السريعة.

- الإجراءات والتعديلات التي قد تزيد من تحقيق المهام المطلوبة لنجاح المؤتمر.

4. التمثيل المتكامل للبرنامج بتوجيه جميع الجهود لانجاز الأهداف الموضوعة.

5. التأكيد على الجانب الايجابي في ممارسة أنشطة المؤتمر.

6. الاختيار الجيد للموضوعات الملائمة والأساليب الأكثر فعالية في تنفيذ المؤتمر.

7. تحقيق أمثل استخدام يمكن لوسائل الإعلام المتاحة (مطبوعات- برامج إذاعة- تلفزيون- نشرة دورية- شرائط سينما) للوصول إلى الرأي العام المستهدف من المؤتمر.

([37]) د.سيد الهواري، الإدارة: الأصول والأسس العلمية، (القاهرة: مكتبة عين شمس، 1973) ص171.

([38]) د.أحمد أبو السعيد، إعداد وتنظيم المؤتمرات (مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة) برنامج الإعداد للمؤتمرات، غزة 1993.

المتغيرات التي تحكم عملية التخطيط للمؤتمر:

1. الأهداف المطلوب تحقيقها من المؤتمر.

2. الموارد المتاحة للقائمين على الإعداد والتنفيذ للمؤتمر.

هذه المتغيرات الهامة يتم تنفيذها من خلال خطط قصيرة المدى وخطط متوسطة المدى وخطط طويلة المدى.

لأغراض إنجاح المؤتمر لا بد من تحديد الأهداف العامة وأهداف كل نشاط فرعي من أنشطته حتى يتسنى الوصول إلى تحديد أهدافه الرئيسية. إن القيام بهذه العملية يساعد في وضع المعايير التي تساعد على تبيان نجاح المؤتمر والتي يتم بموجبها تقييم فعالياته باعتبارها تغذية راجعة تكمل الطريقة العلمية في إدارة المؤتمر.

لذ يجب أن تحدد الأهداف الرئيسية والفرعية للمؤتمر من خلال جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عن طبيعة المؤتمر ومكان انعقاده.

قبل البدء في إعداد أي مؤتمر من أي نوع، يستحسن أن نبدأ الإجابة عن بعض الأسئلة الهامة:

1. هل هذا المؤتمر الأول من نوعه أم لا؟

من الواضح أن الإجابة على هذا السؤال ستسهل الكثير من الأمور.

2. ومن ثم يطرح السؤال المهم لماذا يعقد المؤتمر؟ يمكن الإجابة على هذا السؤال في أن أي مؤتمر يهدف إلى الآتي:

- *نقل المعرفة والأساليب والتقنيات (مواضيع متخصصة وتدريب).*

- *تبادل الخبرات والأفكار (سواء أكانت علمية أو تجارية أو سياسية.)*

- جمع *مصادر الإنتاج (الوحدات الإنتاجية والتسويقية)؟*

- *الترويج لأفكار ومعتقدات (إقناع جمهور واسع من الناس أو مجموعة صغيرة من الأفراد بعقيدة سياسية أو دينية أو اجتماعية أو فكرية).*

- التفاعل الاجتماعي والاتصال بين المشاركين (الاطلاع على عادات وتقاليد وأفكار جديدة). وخلق صلات مع بعض الأشخاص والجهات.

- الترويج السياحي (زيارة بلدان ومجتمعات أخري والاطلاع على أهم معالمها التاريخية والحضارية).

- وخلق مناسبة اجتماعية.

- لمناقشة عمل المنظمة.

كما يمكن عقد بعض المؤتمرات لتحقيق أكثر من هدف واحد، أي مجموعة من الأهداف، في حين يمكن أن تهدف بعض المؤتمرات إلى تحقيق هدف واحد رئيسي. وعند النظر في تحديد أهداف ومواضيع المؤتمر يجب الأخذ بعين الاعتبار حاجة المشاركين من النواحي التالية[39]:

- التعريف وتحديد أهداف ونتائج جلسات الاجتماعات.

- معرفة رغبات وتطلعات المشاركين من الجلسات والمواضيع.

- التزود بالمعرفة والخبرات من خلال المشاركة في الجلسات.

- تقييم مواضيع الجلسات المختلفة من قبل المشارك.

- الحصول على أحدث المعلومات في موضوع معين.

- محاولة الظهور من خلال التحدث والسؤال في المؤتمر.

- التعرف على شخصيات بعينها.

- مجرد الهروب من رتابة الحضور إلى العمل اليومي.

- الحضور الاضطراري نظراً لإيفاده رسمياً من قبل جهة ما.

- دراسة المنافسين.

- محاولة المساهمة الفعلية بعرض آراء يراها مهمة في موضوع المؤتمر.

وإذا ما تم الأخذ بعين الاعتبار حاجة المشاركين هذه، يمكن النظر فيما بعد في أهداف الجهة المنظمة للمؤتمر والفوائد المباشرة والغير مباشرة لعقده.

إن هذه العملية تساعد إلى حد كبير في تحديد الأهداف الرئيسية والفرعية للمؤتمر، ومن ثم

([39]) د.أحمد أبو السعيد، مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (برنامج الإعداد للمؤتمرات)، غزة 1993.

يتم اعتماد المواضيع الرئيسية والفرعية له لتتمشي مع الأهداف الموضوعة.

منهج النظم في تخطيط المؤتمرات:

تعتبر عملية التخطيط من أهم النشاطات التي تسبق التنفيذ الفعلي للمؤتمرات. ومما لاشك فيه إن نجاح المؤتمر يعتمد إلى حد كبير علي سلامة التخطيط ودقته، ويفضل اعتماد منهج "نظرية النظم" في عملية التخطيط هذه, لأنها تتبع المنحي العلمي في تخطيط وبرمجة جميع الخطوات اللازمة في المؤتمرات.

إن مدخل أو منحى النظم من المداخل الفكرية التي لقيت رواجاً في الأدب الإداري في السنوات الأخيرة. ويساعد هذا المدخل الباحث في تبني وجهة نظر شمولية تتناول موضوع البحث بتحليل عناصره وتبيان ترابطها وعلاقاتها المتبادلة معاً. فإذا ما اعتبرنا إدارة المؤتمرات نظاماً مفتوحاً فان المؤتمر يتكون من العناصر التالية[40]:

المدخلات: وتشمل على المدخلات البشرية وتمثل في الجهاز الفني الإداري المسئول عن إدارة المؤتمر، والمدخلات غير البشرية وتتمثل في الأموال التي يتم رصدها وإنفاقها علي كافة أوجه التحضير والإعداد، وكذلك المعدات والأجهزة والمواد والقاعات وكافة المستلزمات الأخرى.

العمليات: وتشمل على تحليل الاحتياجات وتقييم البدائل ووضع الإستراتيجية والخطط واعتماد التنظيم المناسب وتحضير جداول التخطيط والتنفيذ الفعلي والتقييم المستمر وتصحيح المسار.

المخرجات: وتشمل على التسجيل في المؤتمر وفي البرامج العلمية والاجتماعية، والإعلام والداعية، والمعارض، والمالية والمتابعة.

التغذية الراجعة: وهى المعلومات التصحيحية التي قد ترد من المخرجات إلى المدخلات أو العمليات، وتقوم بعملية المراقبة لمختلف أوجه إدارة المؤتمرات وتقويم آثاره لمعرفة مدي الفعالية في تحقيق الأهداف المنشودة.

ويؤخذ في الاعتبار النقاط التالية في عملية التخطيط:

* تشمل عملية التخطيط جمع المعلومات الوافية وتحليلها والخروج منها بمؤشرات توجه عملية التخطيط. ومن المعلومات الهامة التي يجب جمعها وتحليلها: عدد المشاركين والأشخاص المرافقين المتوقع حضورهم وتوزيعهم حسب عوامل مختلفة كالآتي:

---

(40) عزام توفيق عزام، إدارة وتنظيم المؤتمرات, ط1, (عمان: المنظمة العربية للعلوم الادارية، 1989, ص33).

- *المشاركون (الأعضاء).*

- *المشاركون (غير الأعضاء).*

- *المشاركون الفنيون (المعارض).*

- *رجال الأعمال والصحافة.*

- *الطلاب (المتخرجون الجدد أو الطلاب المتدربون).*

- *المتحدثون الرئيسيون أو الشخصيات المهمة التي يمكن دعوتها.*

- *الأشخاص المرافقون للأعضاء.*

- *الأشخاص المرافقون لغير الأعضاء.*

* كما يمكن جمع المعلومات عن المشاركين حسب العناصر التالية:

- العمر - الجنس	لمعرفة طبيعة الاهتمام

- *الجنسيات (لوجبات الطعام والرحلات السياحية).*

- *الوضع الاجتماعي.*

- *الاهتمامات الفردية.*

* عند تحليل هذه المعلومات عن المشاركين والمرافقين يمكن تقدير عدد وماهية الأشخاص المتوقع حضورهم للمؤتمر، وبالتالي يمكن متابعة خطوات العمل، والنظر في موعد ومدة انعقاد المؤتمر آخذين بعين الاعتبار العوامل التالية: " هل يعقد المؤتمر..."

... خلال الموسم السياحي للبلد المضيف؟

... بعد الانتهاء من الموسم السياحي للبلد المضيف؟

* وتختلف الاختيارات باختلاف البلدان والأقاليم، ويتم تحديد موعد انعقاد المؤتمر غالباً بعد انتهاء الموسم السياحي للبلد المضيف أو العمل على أعتابه، من أجل الحصول على التسهيلات والخدمات والأسعار والاهتمام الأفضل.

أما بالنسبة لمدة انعقاد المؤتمر فيمكن أخذ الأمور التالية بعين الاعتبار:

- عدد أيام المؤتمر.
- هيكلية وتنظيم الاجتماعات في المؤتمر.
- قاعات الاجتماعات المستخدمة.

* ولابد عند اتخاذ القرار بشأن مدة انعقاد المؤتمر من التنبه إلى أن المشارك لا يستطيع أن يقضي فترة طويلة خارج وطنه وعمله، وكذلك التنبه إلى التكلفة المالية التي يمكن أن يتحملها المشارك.

* كما يجب النظر في موضوع اللغة أو اللغات المستخدمة في المؤتمر وإمكانية تأمين الترجمة الفورية والمكتوبة. ولابد هنا أن نأخذ بعين الاعتبار العوامل المادية والسياسية والاجتماعية في عملية اختيار عدد ونوع اللغات المستخدمة. أما بالنسبة للوثائق المكتوبة ولغة الاجتماعات فبالإمكان اعتماد الحد الأقصى لطباعة كل المواد بلغة واحدة أو طباعة كل المواد بخمس لغات. ويمكن اعتماد حل وسط للوثائق المطبوعة بلغة واحدة هي الانجليزية كلغة عالمية مع توفير الترجمة الفورية بلغتين أو ثلاث[41].

* كذلك يجب النظر في موضوع المعارض لأنها تزيد من قيمة المؤتمر، بالرغم من تكلفتها العالمية وهى تقسم إلى معارض علمية تنظم في مجال المؤتمر أو معارض فنية أو تجارية.

وهذه المعارض تعطي مردودا ماديا قد يصل إلى 30% من تكلفة المؤتمر وقد تشمل على:

- *معارض الكتب.*
- *المعارض التاريخية.*
- *معارض الصور.*
- *معارض الأشغال اليدوية.*

* ويجب الاهتمام بموضوع الوثائق المطبوعة للمؤتمر وهى تشمل على وثائق تنظيمية مثل:

([41]) المرجع السابق، إدارة وتنظيم المؤتمرات.

- شعار المؤتمر.

- القرطاسية والملفات.

- الإعلان الأول.

- البرنامج التمهيدي.

- نماذج التسجيل والإقامة.

- البرنامج النهائي.

- الملصقات.

- البطاقات.

- قائمة الطعام.

- ووثائق علمية مثل:

- ملخص بالأوراق العلمية.

- محاضر الاجتماعات والجلسات.

- التقارير.

- النشرة اليومية.

- النشرة الإعلامية للمؤتمر.

- وكذلك المعدات المطلوبة للمؤتمر مثل:

- معدات الترجمة الفورية.

- آلات العرض (الأفلام والشرائح).

- آلات التسجيل.

- الدائرة التلفزيونية المغلقة.

- أجهزة كمبيوتر.

* بعد عملية استعراض هذه الوثائق والمعدات وتقييم مدى الحاجة لها وتكلفة الحصول عليها يمكن تحديد ما هو المطلوب منها بالنسبة للمؤتمر ليتم الإعداد لها بشكل جيد.

* كذلك يجب النظر في البرنامج العلمي للمؤتمر وتحديد مواضيع الجلسات وتوزيعها على أيام المؤتمر، وتقدير مدى الحاجة إلى المتحدثين الرئيسين، والى رؤساء ومقرري الجلسات والاجتماعات والى الأوراق العلمية ليتم الإعداد لها على أفضل وجه ممكن.

* أما بالنسبة للنشاطات الاجتماعية وبرنامج المرافقين فيجب الأخذ بعين الاعتبار العوامل التالية:

- لقاء التعارف غير الرسمي.

- الرحلات السياحية لمدة يوم أو أكثر أو بعد انتهاء المؤتمر.

- المستفيدون من الرحلات.

- الأمسيات الثقافية.

- دعوات الغداء والعشاء الرسمية.

- الأمسيات الحرة بهدف التسوق والراحة.

- غداء أو عشاء العمل.

* ولتحقيق ذلك يجب مراعاة ثلاثة مبادئ أساسية في عملية التخطيط وهى[42]:

1. التركيز: وذلك باختيار أقوى الأهداف المطلوب تحقيقها من انعقاد المؤتمر، ويتم التركيز عليه عند وضع البرامج، وفي مخاطبة الرأي العام، وأثناء انعقاد الجلسات، وكذا وضع التقارير النهائية للمؤتمر وعند الخروج بتوصيات.

2. السيطرة: وذلك بتوظيف الموارد المتاحة لتحقيق أعلى المعدلات، فلا يساء استخدام مورد من الموارد، ولا يترك أو يهمل مورد آخر بدون استخدام أمثل.

([42]) أحمد أبو السعيد, مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (برنامج الإعداد للمؤتمرات)، غزة 1993.

3. التكرار: والمقصود بذلك هو تكرار التأكيد على الأهداف المرجوة من المؤتمر؛ وحشد العاملين والمشاركين لتحقيق النجاح المطلوب للمؤتمر.

الشروط الواجب مراعاتها عند إعداد خطة للمؤتمر:

1. وحدة الخطة:

بمعنى وجود خطة واحدة للمؤتمر وشاملة، تتفرع من خطط فرعية تتكامل مع الخطة الرئيسية، ومنها:

- خطة لاختيار مكان المؤتمر ومواصفات هذا المكان.

- خطة لإقامة المشاركين به ومتطلبات هذا المكان.

- خطة للمعدات السمعية والبصرية والأدوات والمعدات اللازمة للمؤتمر.

- خطة للوجبات والمرطبات وأوقات تقديمها.

- خطة للترفيه عن المشاركين وعائلاتهم ومرافقيهم.

- خطة لاختيار العاملين في المؤتمر.

- أخرى.

2. الاستمرار:

ويقصد به استمرارية عملية التخطيط بما يتيح المجال لربط التخطيط بالرقابة والتي تتمثل بتقييم أداء المؤتمر لمعرفة نقاط الضعف في إجراءات عقده، والطرق المناسبة لوضع حلول أفضل، ثم التعرف على نقاط القوة للاستفادة منها في خطط مستقبلية، ويتم ذلك من خلال توزيع استمارة الاستقصاء التي توزع على المشاركين في المؤتمر[43].

3. المرونة:

([43]) د.مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ - تقييم)، مرجع سابق، ص31 – ص32.

يلزم لعملية التخطيط تحقيق مبدأ المرونة لإحداث تكييف المؤتمر، بما يتوافق مع المتغيرات والظروف الخارجية والطارئة، وهذا ما يظهر واضحاً في إعداد موازنات مرنة لمواجهة أي طارئ.

4. الدقة:

وتتعلق بمدي مطابقة البيانات مع واقع المستقبل الذي سوف يعقد على أساسه المؤتمر. لهذا على الهيئة المنظمة للمؤتمر تحديد الجوانب التالية[44]:

- تحديد أهداف المؤتمر وموضوعاته والبحوث والدراسات والتقارير المطلوب إعدادها.

- تحديد الأعضاء ودليل عمل اللجان ونظام الجلسات.

- تحديد موعد المؤتمر ومكانه ومدته.

- عمل الإعلان اللازم للمؤتمر وتوجيه الدعوة للأعضاء.

- تشكيل لجنة تحضيرية للقيام بهذه المسؤوليات.

هل أنت مخطط جيد للمؤتمرات:

للمؤتمرات أثر اقتصادي كبير جداً. ففي الولايات المتحدة يعقد كل سنة ما يقارب المليون اجتماع، يشارك فيها ما يزيد علي (90) مليون مشارك، تبلغ مصاريفها ما يزيد عن 43,7 بليون دولار.

ويتسارع التخطيط للمؤتمر كلما قرب الموعد، ومن الصعب وصف النشاطات المحمومة التي تحدث قبل أسبوعين من موعد الاجتماع. وغالباً ما يمضي مخطط الاجتماع معظم الوقت على الهاتف للتعرف على الصعوبات وحل المشكلات. ويتغير يوم العمل من 8 ساعات ليصبح 12 ساعة، ولا مفر لمنظم الاجتماع من الاستيقاظ في منتصف الليل لكتابة بعض الإضافات لقائمة الأشياء التي يتذكرها.

ويبين جدول تخطيط المؤتمر (الشكل1) نشاط تخطيط المؤتمر، كما يتضح من الجدول درجة تعقيد عمل مخطط المؤتمرات. ويمثل الجدول قائمة أساسية لاجتماع وطني كبير. كما تتطلب العديد من النشاطات قوائم تأثير خاصة بها.

([44]) د. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة (مرجع سابق) ص232.

ويعمل مخطط المؤتمرات كمسئول اتصال ومدير لكل نشاط من النشاطات الموضحة. وبدون مهارات اتصال ومهارات إدارية فإن الفشل وارد في أغلب الأحوال.

لذا يجب البحث عن شخص اجتماعي ومحبوب ذي مقدرة علي الاتصال مع الآخرين. ويجب أن يكون منظماً ولديه روح الدعابة والمرح والمرونة والكثير من الطاقة. كما يحب أن تكون لديه معرفة بالمأكولات الجيدة والترفيه، ولديه الاستعداد للسهر حتى وقت متأخر.

ففي إعلانات طلب الوظائف الشخصية، يبحث الناس دوماً عن المرافق الأمثل، ومخطط المؤتمرات يلزمه كذلك أن يمتلك العديد من هذه الصفات المثلى.

يجب أن تكون لدى مخطط المؤتمرات مهارات الاتصال الجيد. ويقوم بعض مخططي الاجتماعات بالعمل قريباً من الإدارة العليا، وقد يتطلب الأمر منهم التحدث مع المديرين التنفيذيين وتحديد سياسات ومواقف الإدارة، كما أن مخطط المؤتمرات يلزمه كذلك أن يكون قادراً على الاتصال بالكهربائيين وعمال النظافة وغيرهم.

ويجب أن يكون مخططو المؤتمرات اجتماعيين، وأن يكونوا ودودين، ويلزمهم في نفس الوقت أن يكونوا لبقين ومؤدبين.

في خلال فترة التخطيط للمؤتمر يحتاج المخطط إلي الاتصال بالعديد من الغرباء، وهنا تبرز الحاجة إلي لمسة من المرح والدعابة وشيء من الصبر والتحمل.

ويحتاج مخططو المؤتمرات كذلك أن يكونوا منظمين، وأن يستطيعوا تنفيذ المهام خطوة بخطوة، إن استخدام القوائم يمكن العاملين في تخطيط المؤتمرات من العمل بصورة جيدة، كما أن الاهتمام بالتفاصيل ضروري، ويلزم لمخططي المؤتمرات كذلك أن يروا الصورة الكلية للمؤتمر.

أخيراً فان مخطط المؤتمر يحتاج إلى أن يعيش التحدي وأن تكون لديه رغبة للتميز، فالعمل المتواضع غير مقبول في تخطيط المؤتمرات.

ولا داعي للقول إن الأعصاب الفولاذية والطاقة العالية هي متطلبات أساسية. وينبغي لمخططي المؤتمرات أن يظهروا هادئين وسط الشدائد والفوضى، وان يطبقوا حلولاً آنية للمشكلات، كما يجب أن يكون لديهم الحيوية والتحمل للعمل لمدة 12 ساعة يومياً.

وهناك جانب أخر من تخطيط المؤتمرات لا يظهره الإعلان عن طلب موظف أو الإعلان الشخصي، وذلك هو الضغط المتواصل، والاستيقاظ في الليل لكتابة بعض الملاحظات، والشعور المتواصل بأنك قد نسيت شيئاً، وإظهار الهدوء عندما يكون ضغط دمك 190/110 والابتسام وتدقيق دفتر ملاحظاتك للتأكد حتى آخر لحظة.

وهناك ليالٍ للوحدة في فنادق غريبة ستشعر فيها بضغوط الفراغ عند التفاوض لإبرام العقود. ولكن إذا كنت تحب التحدي، وتستمتع بالتفاعل مع الناس، وتطمح للتغيير، فعندها يمكن أن تصبح مخطط مؤتمرات ناجحاً. فتخطيط المؤتمرات عمل يناسب الأشخاص الذين يجتهدون للبروز والاحترام والتقدير.

الشكل (1): جدول تخطيط مؤتمر

نشاطات التخطيط لمؤتمر

الزمن: قبل الاجتماع

من 5:2 سنوات:

- حدد الأهداف.

- حدد زمن الاجتماع والموعد المفضل.

- قدر عدد الحاضرين.

- ضع تصوراً عن المشاركين.

- حدد المكان.

- اختر ووقع العقد مع أصحاب مكان الاجتماع.

- حدد ميزانية تقديرية وحدد رسم التسجيل.

- اتصل بمصادر التمويل.

- رتب طباعة المستلزمات الورقية للاجتماع.

12 شهراً:

- ضع جدول الاجتماع (المواضيع، المقدمين، الوقت).

- ادع المشاركين والشخصيات المرموقة.

- حدد رؤساء الجلسات والمرافقين.

- تعاقد مع المحدثين الذين ستدفع لهم مكافآت.

- اعمل قوائم التأشيرات.

- تعاقد مع شركة الطيران الرسمية للمؤتمر، ووكيل السفر، وشركة تأجير السيارات.

- صمم مواد التسويق (بما فيها البرنامج المبدئي).

- قم بتأجير مساحات العرض.

- قم بتأجير مساحات إعلانات البرنامج.

- اتصال بالممولين أو المضيفين المحتملين.

- تعاقد بشكل مبدئي مع شركات الأجهزة السمعية والبصرية، وخدمات المواصلات والترفيه والتسلية، ومتعهدي الجولات الترفيهية السياحية.

- تأكد من مساهمة مكتب المؤتمرات والزوار والاستعلامات الرسمي.

- أكمل إعداد الميزانية.

10 أشهر:

- تفحص المعرض، والدعاية، ومبيعات الممول.

- أطلب الهدايا التي تتوزع.

- احصل علي قوائم العناوين البريدية.

- اشتر المساحة الإعلانية في الوسائل المتخصصة (جدول ذلك من خلال 3-6 أشهر قبل الاجتماع).

- حدد سياسات الدفع المؤجل والدفع الفوري مع أصحاب المكان.

6 أشهر:

- حدد سياسات التسجيل وإجراءاته.

- اعمل قاعدة بيانات التسجيل.

- أكمل بشكل نهائي الأعمال الفنية الخاصة بالتسويق.

- احصل على عروض من أصحاب المطابع.

- صمم وأرسل الأعمال الفنية الإعلانية.

- زود وسائل الإعلام الراغبة بأخبار الاجتماع.

- ابرم عقوداً مع المواصلات، ومع مؤمني الوسائل السمعية والبصرية، ومع منظمي الزيارات السياحية (التعريفية) والترفيه، ومع مختصي الديكور، والمتعاقدين الخارجيين.

4 أشهر:

- أرسل أوراق الإعلان إلى الفندق ومكتب المؤتمرات للزوار وشركة خطوط الطيران ومكتب السفريات وشركة تأجير السيارات.

- أعد التأكيد على مكتب المؤتمرات والسياح فيما إذا كانوا سيوفرون أفراداً للعمل في المؤتمر.

- أرسل بالبريد مواد التسويق.

- اشتر حوامل بطاقات الأسماء.

- صمم واطبع بطاقات الأسماء التعريفية.

- حدد إجراءات تعبئة بطاقات الأسماء.

- أرسل اتفاقات نشر وقائع، المؤتمر ونماذج طلب المواصلات إلى مؤمني الأجهزة السمعية والبصرية والمقدمين.

- أحصل على الأعمال الفنية مع المعلنين في البرنامج.

- رتب مع المطاعم المجاورة إذا كان ضمن الجدول تناول وجبات.

- تعاقد مع موفر الأغذية.

- تعاقد مع مصور.

3 أشهر:

- ابدأ بإجراءات التسجيل، وإرسال التأكيدات وسندات القبض، وتحضير بطاقات الأسماء بشكل منظم.

- ابدأ التسويق الهاتفي (Telemarking).

- صمم واطلب مطبوعات الاجتماع كاللوحات والتذاكر والملفات والنماذج الأخرى.

- عمل حجوزات سفر المقدمين وأرسل التأكيدات لهم.

- حدد مرافقي الشخصيات المهمة.

- اختر قوائم الطعام.

- أرسل قوائم المهام للفندق.

- أكد جميع العقود.

- اشتر الزينات اللازمة.

- أرسل لمتعهد توفير المواد السمعية والبصرية احتياجات المقدمين.

- ابدأ التأكد من الفندق وشركة الطيران ومكتب السفريات عن عدد الحجوزات المؤكدة.

شهران:

- أكمل عقود المواصلات وعقود الجولات السياحية.

- أعد تأكيد حضور المتحدثين والمقدمين وأرسل نماذج تعويضهم عن مصاريف السفر.

- صمم وأرسل البرنامج النهائي للمطبعة.

- اشتر أو اطلب الهدايا والجوائز والدروع للمقدمين والشخصيات المهمة.

- زود المسئولين عن الترتيبات في مكان الاجتماع بترتيبات مواصلات الشخصيات المهمة.

- حدد المتطلبات الواجب توفرها في العاملين في التسجيل(تسجيل المشاركين).

- جدول قوائم الموظفين وعين العاملين وحدد الأجور التي ستدفع لهم.

- راجع أعداد المسجلين وقم بتعديل العقود.

شهر واحد:

- اجرد وافحص وأعد فحص المطبوعات.

- اختر ترتيبات إرسال مواد.

- أرسل الأخبار إلى وسائل المؤتمر وابدأ بإرسالها إذا كان قد تم وضع الترتيبات مع الفندق.

- داوم الاتصال مع الفندق.

- أرسل للمقدمين تذاكر مواصلاتهم.

- اتصل وتعاقد مع محل الزهور.

- أعد تأكيد جميع العقود.

- راجع جميع عمليات التسجيل الإعلام.

أسبوع واحد:

- أعط المسئولين عن المواصلات الجدول النهائي.

- هيئ الاحتياجات المكتبية.

- درب العاملين.

- احصل على النقد من البنك.

- هيئ دفاتر الشيكات.

- تأكد من موعد وصول مواد الاجتماع.

- قدم معلومات للفندق عن اللوحات الإرشادية للاجتماع.

يوم واحد:

- اجتمع مع مدير خدمات الاجتماعات وجميع العاملين في الفندق.

- أعد تأكيد عدد الوجبات والمشروبات.

- اجرد المواد وتأكد من مطابقتها.

- درب العاملين في مكان عملهم.

- افتح طاولة التسجيل.

- ضع اللوحات الإرشادية وترتيبات الزهور.

- قابل مرافقي الشخصيات المهمة.

- رتب غرفة الضيافة.

- احصل على مفاتيح غرف الشخصيات المهمة، ووزع الهدايا.

- افتح صندوقاً للأمانات.

- اعمل تدريبات مراجعة (بروفات) حسب الحاجة.

قبل كل فترة عمل:

- قارن ترتيبات القاعة بما هو موجود في قائمة المهام.

- جرب مكبرات الصوت وأجهزة الوسائل السمعية والبصرية.

- ضع الأوراق التي ستوزع، وبطاقات الأسماء، والتقييمات والمواد الأخرى.

بعد المؤتمر:

- وافق ووقع على فواتير المكان.

- أعط المكافآت الشخصية.

- أرسل المواد إلى أصحابها.

- ادفع الفواتير.

- *اصرف تعويضات عن تكاليف السفريات.*

- *ادخل أسماء الذين سجلوا حضوريا وشاركوا في المؤتمر في قاعدة البيانات.*

- *أكمل كشف الدخل المصروفات.*

- *اجمع تقييمات المشاركين.*

- *اكتب تقيماً شاملاً للمؤتمر.*

- *قدم تقريراً عن المؤتمر للمسؤولين.*

المعوقات التي تواجه التخطيط للمؤتمر [45]:

1. فقدان الثقة من جانب القيادات في عمليات التخطيط للمؤتمر.

2. افتقاد القيادة القوية القادرة على السيطرة على مجريات الأمور قبل وإثناء وبعد بدء المؤتمر.

3. عدم توافر الأهداف المشتركة للعمل بين المخططين والمنفذين لأعمال المؤتمر.

4. نقص الإدراك من جانب العاملين بالمؤتمر على مختلف مستوياتهم لمفهوم التخطيط ذاته على المستويين العام والخاص.

ثانياً: الإجراءات الفنية:

والمقصود بها كل ما يتعلق بالجوانب الفنية والتي يقوم بها مجموعه من الفنيين المختارين لتنفيذ هذه الجوانب بدءا من اختيار الفكرة، وحتى الانتهاء من الأمور الفنية، ويمكن الحديث عن هذه الإجراءات كما يلي:

1. الفكرة:

لكل مؤتمر فكره تدور حول معالجة موضوع معين أو مشكلة ما تحتاج إلى مناقشتها على مستوى متخصصين. وعلى سبيل المثال فان فكرة استخدام المناظير في إجراء العمليات، وهو موضوع علمي جديد. ولكي يمكن نقل أحدث الأفكار وتبادلها بين الجراحين في مختلف الأنحاء

([45]) للمزيد, قاسم نايف علوان المحياوي, إدارة الجودة في الخدمات, (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع, 2006م), ص313- ص317.

والاستفادة من أحدث التقنيات فيه، يستلزم قيام إحدى الجمعيات الطبية لعقد مؤتمر عالمي في جراحة المناظر في مختلف أنحاء العالم.

2. تشكيل اللجان:

تشكيل اللجان وتحديد المهام والمسؤوليات الملقاة على عاتق تلك اللجان، وهو الخطوة التالية في عقد المؤتمر. ولكن لابد من إبراز مجموعه من الملاحظات الهامة عن تشكيل اللجان تتلخص فيما يلي[46].

1. إن تشكيل اللجان هو المرحلة التالية في الأهمية بعد التفكير والتخطيط لعقد أي مؤتمر.

2. لا توجد قاعدة ثابتة لكيفية تشكيل اللجان، ولكن الأمر يخضع لرؤية اللجنة التحضيرية والرئيس والأمين العام للمؤتمر.

3. إن أهمية هذه الخطوة تكمن في إنها تحدد بدقة المهام والمسئوليات الملقاة على عاتق كل فرد من العاملين بالمؤتمر بدءاً من الرئيس العام للمؤتمر وحتى أصغر موظف.

4. إن نوع المؤتمر يحدد طريقة وعدد وتشكيل اللجان العاملة في المؤتمر.

5. إن هناك وجهة نظر تؤيد فكرة تضييق عدد اللجان إلى أقصى ما يمكن ووجهة نظر أخرى تري ضرورة التوسع في عدد اللجان لتفتيت المسئولية وتحديدها بدقة (مناقشة مع المشاركين حول رأيهم في هذا الصدد).

6. إن البعد عن المجاملات والمحاباة في اختيار القوي البشرية التي تشكل كل لجنة يؤدي إلى قوة وكفاءة إنجاز المهام الموكلة إلى كل لجنة (مناقشة مع المشاركين).

7. لابد من التأكيد على التنسيق الجيد بين اللجان المختلفة العاملة في المؤتمر هي أخطر مهمة تواجه الرئيس والأمين العام للمؤتمر.. وعلى هذا التنسيق يقع عبء التناغم في أداء كل لجنة على حدة واللجان مجتمعة.

8. لا يجب إهمال عقد اجتماعات دورية منتظمة برئاسة الرئيس والأمين العام للمؤتمر بين جميع لجان المؤتمر منذ بدء التنفيذ الفعلي لأنشطة المؤتمر المختلفة.

9. لا بد من إعطاء جميع اللجان المشكلة للعمل بالمؤتمر نفس القدر من الأهمية، وألا تطغي لجنة على أخرى.

([46]) د. أحمد أبو السعيد، مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة، (برنامج إعداد المؤتمرات 1993).

10. إن مهام جميع اللجان (العامة والمنبثقة منها) ينقسم عملها من حيث التوقيت إلى 3 مراحل متتابعة، قبل وأثناء وبعد المؤتمر.

11. رغم أن مستويات اللجان (التحضيرية، الفنية، الإدارية) متدرجة الصلاحيات والاختصاصات، إلا أن مراحل عمل هذه اللجان متتابعة ومتصلة الحلقات بحيث لا يوجد انفصال فيما بينها أو تعارض في عملها.

12. في النهاية لابد من أن يوضع في الاعتبار أربعة عناصر هامة عند تشكيل اللجان...سواء العامة أو المنبثقة منها، يتم تحديدها بدقة وعناية وهي:

الأفراد- الأدوات- المهام- القيادة.

وذلك ضماناً للأداء الفعال وتحقيقاً للنجاح المنشود من عقد المؤتمر.

والحقيقة أن نوع المؤتمر يحدد إلى حد بعيد تشكيل اللجان التي تعمل به... وكذلك تحديد المهام والمسئوليات الملقاة على عاتق تلك اللجان، وإن كان الأمر ثابتاً في بعض اللجان الإدارية مهما كان نوع المؤتمر.

ويمكن تحديد 3 مستويات للجان العمل في المؤتمرات[47]:

1. اللجنة التحضيرية (اللجنة العامة): وتضم السكرتارية العام- رئيس اللجنة للشئون المالية- رئيس اللجنة لشئون المراسم والعلاقات- نائب رئيس اللجنة للشئون الإدارية.

2. اللجنة الفنية: وتضم لجنة الصياغة- لجنة التقارير- لجنة البحوث والمعلومات- لجنة الإعلام والعلاقات العامة.

3. اللجنة التنفيذية: وتضم لجنة الإسكان- اللجنة المالية- لجنة المطبوعات والنشرات- لجنة الخدمات والاتصالات.

وواضح أن هذه المستويات الثلاث متدرجة الصلاحيات والاختصاصات، إلا أن مراحل عمل هذه اللجان متتابعة ومتصلة الحلقات بحيث لا يوجد انفصال فيما بينها أو تعارض في عملها... وبما يشكل في النهاية المنظومة الأساسية لنجاح أي مؤتمر، حيث أن فقدان التتابع أو الاتصال بين تلك الحلقات في أي مرحلة يؤدى الى فشل المؤتمر، لكن غالبا ما تكون مهمة اللجنة التحضيرية أو اللجنة العامة حاكمة لعمل جميع اللجان الأخرى الأساسية أو التي تتفرع منها. وبالإضافة الى أنها

---

(47) سوزان ستيورات، دليل التخطيط لاجتماع ناجح, ط1, (ترجمة د. إبراهيم البداخ) (الرياض: مكتبة الملك فهد, 1420هـ) ص58.

تجمع كل الخيوط في يدها. وتقوم بعملية التنسيق المستمر وملاحقة المشكلات التـي تقـع هنـا وهنـاك في عمل باقي اللجان.لذا فان عمل اللجنة التحضيرية ينحصر فيما يلي[48]:

1. تحديد أهداف المؤتمر (الغرض منه وجدول الأعمال ودليل عمل اللجان ونظام الجلسات).

2. تحديد مكان عقد المؤتمر.

3. مدة الانعقاد والجلسات.

4. وقت انعقاد المؤتمر(التاريخ. الساعة).

5. الموضوعات أو النقاط المطلوب دراستها ومناقشتها بنفس الترتيبات التي ستبحث في المؤتمر.

6. تحديد موعد إرسال أي نقاط أخري يرغب الحاضرون في إدراجها في جدول الأعمال.

7. اختيار الرعاة الرسميون للمؤتمر (عادة شركات كبري متخصصة) والغرض من ذلك هو زيادة ميزانية المؤتمر.

8. اختيـار الشخصـية الكبيـرة التـي سيكون المؤتمر تحت رعايتهـا (ستقوم اللجنـة التحضـيرية بتوجيـه الـدعوة باسمه، وكذلك ستقوم الشخصية الراعية بافتتاح المؤتمر وإقامة مأدبة لتكريم الوفود المشاركة.

9. تحديد مكان إقامة الوفود المشاركة وتسهيل الاتصالات من وإلي مكان عقد المؤتمر.

10. الاتصال بالجهات الأمنية للتنسيق معها لتوفير الرعاية الأمنية اللازمة.

11. تحديد الجهات المشاركة في المؤتمر (فنيون متخصصون، إعلام، اتصالات)

12. المعلومات المطلوب الحصول عليها مقدماً من الأعضاء المشاركين أو المنفذين.

13. الأدوات المطلوب تواجدها مع الحاضرين.

14. عمليات التقييم المختلفة (قبل وأثناء وبعد) للمؤتمر.

15. إعداد التقارير الدورية اليومية للعرض علي الرئيس العام للمؤتمر حتى يمكن التغلب على أي مشاكل أو عقبات طارئة.

([48]) المرجع السابق، ص59 وما بعدها.

16. متابعة تنفيذ أداء اللجان لعملها.

17. حلقة الوصل بين الرئيس والأمين العام للمؤتمر وباقي اللجان.

وغالبا ما يتم اختيار شخصية ذات ثقل لرئاسة هذه اللجنة، بحيث يكون لديه القدرة علي اتخاذ القرارات الحاسمة، علي أن يقوم بمعاونته نواب له يكونون حلقة الوصل بينه وبين اللجان الأخرى.

اللجنة الفنية[49]:

يغلب علي تشكيلها وجود الفنيين والمتخصصين في الموضوعات التي ستناقش خلال المؤتمر، وعليها بالقيام بكل الأعمال التي يصبغ عليها الطابع الفكري وتنقسم تلك اللجنة الى مجموعة من اللجان الفرعية مثل:

- لجنة لصياغة لما يعتمده المؤتمر من مناقشات.

- لجنة التقارير والتي تقدم تقاريرها اليومية عن أعمال المؤتمر لكافة اللجان الأخرى.

- لجنة البحوث والمعلومات والمكلفة بإعداد البحوث وتقديم البيانات والمعلومات الخاصة بأنشطة المؤتمر.

- لجنة الإعلام وهي التي تكون حلقة الوصل بين المؤتمر ووسائل الإعلام المختلفة.

وتتلخص أهم أعمال اللجنة الفنية فيما يلي[50]:

- *وضع خطة البرنامج العلمي للمؤتمر والحلقات الرئيسية للمناقشات وورش العمل وضبط توقيتات الأنشطة.*

- *الاطلاع علي البحوث قبل عرضها علي المؤتمر وإجازة ما يستحق منها.*

- *ترشيح المسئولين عن إدارة الجلسات والحلقات الدراسية وورش العمل والمشاركين.*

- *كل الأعمال ذات الطابع الفكري لأنشطة المؤتمر (الصياغة- التقارير-البحوث- التوصيات) التقرير النهائي للمؤتمر.*

- *وضع الأجندة العامة للمؤتمر والتفصيلية لأعماله اليومية.*

---

(49) المرجع السابق ص59- ص60.
(50) المرجع السابق ص61- ص62.

- متابعة وتصحيح كل ما يصدر عن المؤتمر من نشرات ومطبوعات وتصريحات صحفية.

- معاونة اللجان الأخرى في الإطلاع والحصول على كل ما يتعلق بالمؤتمر من بيانات ومعلومات.

- أرشيف متكامل عن الشخصيات المتخصصة في موضوع المؤتمر.

- تقويم النشاط العلمي لأعضاء المؤتمر.

- صياغة التقارير العلمية عن أعمال لجان المؤتمر وندواته وعرضها على المسئولين.

وفضلاً عن تلك الأعمال العامة التي تقوم بها اللجنة الفنية... هناك الأعمال الخاصة للجان المتفرعة منها وهي: لجنة الصياغة والتقارير، لجنة البحوث والمعلومات، لجنة الإعلام.

وتتلخص أهم أعمال اللجنة التنفيذية فيما يلي:

- تنفيذ جميع المهام المحددة سلفاً من قبل اللجنتين العامة (التحضيرية) والفنية.

- حسن اختيار العناصر البشرية القادرة علي تنفيذ هذه المهام ضماناً لنجاح وحسن سير أعمال المؤتمر.

- مراجعة الإمكانيات المتاحة لجميع اللجان وتعزيز أو استبعاد غير الصالح منها.

- مراقبة أدوات التنفيذ سواء أكانت عنصراً بشرياً أو مادياً.

- التغلب علي المشاكل الطارئة في مكان الحدث ذاته(إعطاء صلاحيات وسلطات لأعضاء اللجان التنفيذية).

- أعمال التقييم المختلفة (عدا النشاط العلمي منها) لأعمال المؤتمر.

- تحديد أعمال ومهام اللجان المنبثقة منها مثل لجنة التسكين والإعاشة، لجنة المطبوعات والنشرات، لجنة الخدمات والاتصالات فضلاً عن اللجنة المالية التي تقوم بما يلي:

- إعداد الموازنة التخطيطية(التقديرية).

- إمساك حسابات المؤتمر (المنصرف- الإيراد).

- فتح حسابات جار للمؤتمر للإنفاق عليه.

- التعاون مع الأمين العام في توقيع الشيكات والعقود.

- إجراء بعض عمليات التأمين إذا تطلب الأمر ذلك بالنسبة لبعض المعدات المستأجرة والغالية الثمن.

وهناك وجهة نظر تفضل تخصيص لجنة رئيسية للعلاقات العامة والنشاط الاجتماعي تنحصر مهمتها في[51]:

- *الاتصال بالصحافة وأجهزة الإعلام المختلفة.*

- *الاتصال بالسادة المتحدثين والشخصيات الهامة ومتابعة وصول موافقتهم التحريرية.*

- *حجز المعينات السمعية أو البصرية أو استئجارها.*

- *إعداد الكتيبات والمعلومات الصحفية عن المؤتمر.*

- *مراقبة عملية حجز السادة المشاركين في المؤتمر.*

- *الإشراف علي مكتب الاتصالات بالمؤتمر، وتجهيزه بالموظفين اللازمين.*

- *تشكيل لجنة الاستقبال والإشراف عليها.*

- *إعداد خطابات الشكر وما يرفق بها من صور.*

- *إجراء التعاقدات مع متعهدي التغذية والاتفاق علي مواعيد تقديمها.*

- *إجراء ترتيبات عقد الحفلات الترفيهية.*

- *وضع برامج الرحلات الخاصة بالسادة المشاركين وقرنائهم.*

- *إجراء ترتيبات المواصلات.(الحفلات، التسوق، زيارة الأماكن الأثرية).*

- *إعداد الهدايا المقدمة للسادة المشاركين.*

وعموماً يعتمد تشكيل اللجان، سواء العامة أو المنبثقة منها، على العناصر التالية:

- *الأفراد: تحديد الأفراد القادرين على التنفيذ في أعلى معدلاته.*

- *الأدوات: تحديد الإمكانيات المادية المتاحة للجان المختلفة بكل دقة.*

- *المهام: معرفة كل المشاركين في أنشطة المؤتمر لمهامهم. وتحديد هذه المهام.*

- *القيادة: اختيار القيادة الحاسمة الواثقة القادرة علي قيادة كل المجاميع العاملة.*

([51]) د.أحمد أبو السعيد، مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والادارة (برنامج الإعداد للمؤتمرات)، غزة 1993.

ونجـاح المـؤتمر بصـفة أساسـية يعتمـد علـي حسـن تشـكيل وإعداد تلك العناصـر، كمـا سيأتي الحديث عنه فيما بعد عند مناقشة أهم المشكلات التي تواجه إقامة المؤتمرات.

اختيار رئيس المؤتمر:

غالباً مـا يكـون رئـيس المـؤتمر مـن الدولـة التـي سينعقد علـي أرضـها، وفـي حالـة مـا إذا كـان المؤتمر يحضره رؤساء دول فإن الدولة التي يعقد علـي أرضـها المؤتمر يكون رئيسـها هـو رئـيس المؤتمر.. وإن كـان المؤتمر ترعـاه مجموعـة مـن الـدول فـإن تنـاوب رؤسـاء الوفـود للـدول الراعيـة للمؤتمر يكون هو الأمر الطبيعي.

ويسـاعد الـرئيس العـام للمـؤتمر سـكرتارية فنيـة تجمـع مجموعـة مـن المتخصصـين لاتخـاذ القرارات بشأن تشكيل اللجان.. وكافة الأمور المتعلقة بأعمال المؤتمر.

وتتخلص أهم واجبات رئيس المؤتمر فيما يلي[52]:

1. عند بدء المؤتمر يقوم الرئيس بالترحيب بـالوفود، ويعلن عن أي تغييرات يقترح إدخالهـا علـي برنـامج المؤتمر المطبوع والموزع علي السادة المشاركين.

2. توضيح الموضوع الرئيسي للمؤتمر وتقديم المتحدثين خاصة الرئيسيين.

3. التأكد من أن كل فقرة علمية لم تتجاوز الوقت المخصص لها، وبديهي فإنه يجب أن يتوافر ما يلي:

- *حضور ممتاز على المنصة.*

- *روح المرح، مع اتصاف بالحزم دون تشدد.*

- *الحرص على أن تكون المناقشة في سياق الموضوع الرئيسي للمؤتمر.*

4. السيطرة التامة علي سير المناقشة في الموضوع الجاري دراسته ومنع المناقشات الجانبية بين الأعضاء.

5. تدوين أي نقاط هامة خارجة عن موضوع المناقشة قد تفيد في إنجاح وإبراز أهداف المؤتمر.

([52]) د.مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ- تقييم)، مرجع سابق، ص37.

6. مراعاة أن يتكلم شخص واحد في الوقت المحدد سلفاً حتى يستعرض المتكلم آرائه بالكامل دون شوشرة، مع مراعاة التوقيتات المخصصة لمناقشة كل نقطة على قدر الإمكان دون ترك المناقشة مفتوحة.

7. إدارة الحوار والنقاش بهدوء ودون إزعاج أو تشويش مع فرض الشخصية في حدود المعقول على الحاضرين.

8. تشجيع المناقشة والبحث، وذلك من خلال توجيه أسئلة معينة (من خلال وعلم رئيس المؤتمر) لاستخلاص كافة المعلومات من الأعضاء.

9. العمل كملطف للجو عندما تشتد المناقشة.

10. العمل كمحكم عند ظهور عدم اتفاق والتدخل في الوقت المناسب لحل أوجه الاختلاف في الرأي إذا أمكن.

11. الترجمة إذا لزم الأمر أو اقتراح بقيام آخرين بها.

12. توفير المعلومات الضرورية لأعضاء المؤتمر عن الموضوعات الطارئة التي تفرض نفسها على أعمال المؤتمر، ويمكن الاستعانة بكافة الأجهزة والأفراد الملائمين لذلك.

13. بعد انتهاء مناقشة كل نقطة أو موضوع يقوم الرئيس بتلخيص ما دار فيها والنقاط التي تم الاتفاق أو الاختلاف عليها[53].

مهام الأمين العام للمؤتمر:

1. التعاون مع رئيس المؤتمر على الإشراف على حسن سير المؤتمر وتحمل مسئولية إدارته.

2. التنسيق مع رئيس المؤتمر والاتفاق على مكونات وطول فترة المؤتمر.

3. إعداد موضوع المؤتمر وأهدافه وخطته توطئة لعرضها على وسائل الإعلام.

4. الاشتراك مع لجنة العلاقات العامة في اختبار مقر المؤتمر وتوحيد مكان إقامة المشاركين.

5. التنسيق مع لجنة العلاقات العامة في شؤون الإعلام والدعاية للمؤتمر[54].

([53]) أحمد أبو السعيد, مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (برنامج الإعداد للمؤتمرات)، غزة 1993.
([54]) د.مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ- تقييم)، مرجع سابق، ص37.

اختيار التوقيت المناسب لعقد المؤتمر:

ويراعي فيه أن يكون ملائماً لظروف المشاركين فيه.. حتى لا تحدث اعتذارات من جانب المدعوين إليه تؤدى الى انهيار المؤتمر.

بعد اختيار توقيت عقد المؤتمر.. يتم الاتفاق على مكان انعقاده ويراعي الآتي في اختيار المكان:

- أن يكون متسعاً بحيث يستوعب الإعداد التي ستشارك في المؤتمر.

- أن يكون موقعه قريباً ما أمكن من أماكن إقامة الوفود والمشاركين.

- أن يكون جيد التامين ضد أي نوع من الحوادث أو المفاجآت الطارئة.

- أن تكون لدي القائمين عليه خبرة مسبقة في التعامل مع المؤتمرات ومع مثل الأعداد الكبيرة للوافدين عليه.

- أن يكون مجهزاً تجهيزاً ممتازاً من حيث القاعات والمراكز الصحفية والاتصالات الدولية.

اختيار شعار المؤتمر:

والشعار ما هو إلا تلخيص مركز لجميع أهداف المؤتمر وفكرة مركزة لمجموعة الأفكار الرئيسية التي يدور حولها المؤتمر، ويتضمن الرسالة التي يريد المؤتمر توصيلها للشخص المتخصص والغير متخصص لكي تثير انتباهه نحو الاهتمام ومعرفة فعاليات المؤتمر.

ومن ثم فان أهم صفات الشعار الذي يعتمده القائمون على المؤتمر:

- *أن يكون مختصراً.*

- *أن يعبر عن المضمون العام للمؤتمر.*

- *أن يتسم بالتركيز.*

- *أن يكون سهل التذكر.*

- *أن يكون سهل الفهم للمتخصص وغير المتخصص.*

- *أن يبعد عن التطويل والملل.*

- *ألا يجرح الشعور العام للفرد أو الجماعة.*

ويتم اختيار الشعار من بين مجموعة من الشعارات المتصلة والمرتبطة بموضوع المؤتمر والتي يعدها الخبراء والمتخصصين في هذا المجال، ويقوم بإعداده والتفكير فيه وإخراجه الى حيز التنفيذ مجموعة متخصصين في مجال الإعلان والدعاية.. ويأتي ذلك من خلال طرح الفكرة العامة لموضوع المؤتمر وإجراء مسابقة لاختيار أفضل شعار يعبر عن فعاليات المؤتمر.

بعد الانتهاء من اختيار المكان والتوقيت والشعار تبدأ عملية اختيار الشخصيات المشاركة في المؤتمر.. سواء من المحاضرين أو المعقبين أو المدعوين لحضور الجلسات.

* ويراعي في اختيار هذه الشخصيات أن يكونوا من ذوي القيمة العلمية الكبيرة سواء أكان المؤتمر على المستوي المحلى أو الإقليمي أو الدولي.. والذين يتمتعون بسمعة علمية كبيرة في أوساط تخصصهم.. كذلك يتم اختيار الشخصيات ممن سيقومون بالتعقيب وإجراء المناقشات.. ويراعي في اختيارهم تنوعهم الفكري وانتماؤهم الى مدارس فكرية متنوعة حتى يكون هناك إثراء للمناقشات والحوارات التي تجرى أثناء المؤتمر.

* بعد إعداد قوائم الشخصيات المشاركة سواء المحاضرين أو المعقبين أو المدعوين للحضور.. تبدأ اللجنة المختصة (العلاقات العامة والمراسم بتوجيه) الدعوات إلى هذه الشخصيات.

* والدعوات تكون مكتوبة ويتم إرسالها الى المدعوين قبل انعقاد المؤتمر بوقت كاف.. ويتم توضيح العنوان الرسمي للمؤتمر ومكان الانعقاد.. وفترة انعقاد المؤتمر.. وهل هو تحت رعاية شخصية هامة أو لا.. ثم في نهاية الدعوة يتم وضع أرقام التليفونات التي يمكن الاتصال بها للقبول أو الاعتذار.

* وبالنسبة للمشاركة من الخارج فان الدعوة الى المؤتمر تشمل البرنامج الكامل لأعمال المؤتمر في فترة انعقاده مع توضيح كامل للخدمات التي يقدمها المؤتمر.. وتلك التي يتحملها المشارك الى جانب البيانات السابق الإشارة إليها.

المتحدثون:

إن دعوة بعض الشخصيات المهمة والمشهورة ليتحدثوا في المؤتمر، هدف يسعي إليه المؤتمر، خاصة كبار المتخصصين، مما يضفي على المؤتمر المكانة والاعتبار في عيون المشاركين[55].

([55]) Cooperative Information Report 21. Organising and Conducting Cooperative Annual Meeting P.18

وعند اختيار المتحدث يجب أن يؤخذ في عين الاعتبار مدي ما يغرسه في نفوس الحاضرين من حماس وثقة لذا يراعي ما يلي[56]:

- عرض شروط مشاركته بكل وضوح.

- تخصيص موضوع معين للتحدث فيه ومعالجته، ويمكن أن تعطيه اللجنة الحرية في اختيار ما سيتحدث فيه.

- الأخذ بالاعتبار موضوع الوقت الذي سوف سيستغرقه المتحدث عند معالجته موضوعه.

- يجب أن تأخذ اللجنة في الحسبان أسماء احتياطية كبدائل للمتحدثين يمكن الاستعانة بهم عند حدوث طارئ للمتحدث الأصلي.

- الاستفسار من المتحدث عما يلزمه من معدات ومعينات سمعية أو بصرية حتى يمكن توفيرها أو استئجارها.

معيار اختيار الأشخاص الذين يمكن الاعتماد عليهم في المؤتمر:

من المهم وضع معايير ثابتة لاختيار الأشخاص الذين سيقع عليهم المؤتمر حتى يمكن أن يكون للمؤتمر ثقل ونتيجة. ويمكن تلخيص هذه المعايير في النقاط التالية:

- ما هي المؤهلات- الدرجة العلمية- الخبرة العلمية؟

- هل سبق التعامل مع هذا الشخص قبل ذلك؟ وما هو تقييم نتيجة هذا التعامل؟

- مدى معرفة الشخص بالموضوع الذي سيتحدث فيه؟

- مدى قابلية هذا الشخص لإيصال المعلومات للجمهور؟

- كيف يمكن الاتصال بهذا الشخص؟

- هل سيتمكن هذا الشخص من اجتذاب الجمهور؟ هل علي أساس سمعته الشخصية أم علي أساس نوع الموضوع الذي سيتحدث فيه؟

- ما هي النفقات أو الأجور المطلوبة لتعاون هذا الشخص؟

([56]) د.مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ- تقييم)، مرجع سابق، ص45-ص46.

- من المهم اختيار شخصيات المؤتمر أن يعكس تنوع الجمهور المخاطب في المؤتمر.

والنقاط التالية تعتبر النقاط الأساسية عند الاختيار:

- الشهرة.

- درجة التعلم.

- الخبرة العملية

- الجنس

- المنصب الذي يشغله حاليا أو شغله سابقاً

- السن

- المنطقة الجغرافية التي يمثلها

وبصفة عامة فإنه كلما توافرت المعلومات أكثر عن هذا الشخص، كانت هناك فرصة أكثر للمفاضلة والاختيار الأمثل.

وفي حالة طلب الجمعيات أو المؤسسات التي تقيم المؤتمرات أن يكون تحت رعاية شخصية هامة كرئيس الدولة أو رئيس الوزراء يتم توجيه دعوة رسمية لهذه الشخصية للوضع تحت الرعاية أو لافتتاح الجلسة الأولى للمؤتمر.

بعد الانتهاء من الخطوات السابقة يتم الإعلان عن المؤتمر ويقوم بإعداد الإعلانات جهات متخصصة في مجال الإعلان، بحيث يؤدى هذا الإعلام الى اهتمام قطاع عريض من الجماهير المهتمين بأعمال المؤتمر.. وهذا الإعلان يكون في الصحف والمجلات ووسائل الإعلام المختلفة وكذلك بالخارج في الصحف والمجلات وكذلك بالإذاعات المسموعة والمرئية.

وفي ناحية الإجراءات الفنية يجرى تحديد بعض الأوامر المتعلقة بتشكيل السكرتارية الخاصة بالمؤتمر، واللغة الرئيسية للمؤتمر، وعلى نوعية الجلسات وهل هي جلسات علنية أم سرية.. والاتفاق على أسبقية الحديث في الجلسات المؤتمر.

والاتفاق على قواعد وأماكن التسجيل للمشاركين في المؤتمر ورسوم التسجيل واستلام الشارات الخاصة والتي تميز المتحدثين أو المشاركين أو المدعوين أو العاملين في اللجان المختلفة

للمؤتمر.

ثالثاً: الإجراءات الإدارية:

إذا امتلك القائمون على المؤتمر جهازاً إداريا قوياً قادراً على التعامل والتكيف مع كافة الأعمال والمهام الموكلة إليه من جانب جميع لجان المؤتمر.. فان النجاح الباهر يحالف المؤتمر لا محالة.. ذلك أن هذا الجهاز الإداري يستطيع تعطيل أعمال المؤتمر كما يستطيع انجاز الأعمال في أسرع وقت ممكن وبالدقة البالغة المطلوبة في هذا الشأن.

* والإجراءات الإدارية تبدأ بالتحديد الدقيق لميزانية العمل بالمؤتمر.. وما هي أوجه الإنفاق والأموال اللازمة لها.. لأن وضع ميزانية دقيقة يتيح لجميع لجان المؤتمر العمل على أسس مالية سليمة، فلا تتخبط تصرفاتها المالية، وأن تحدد كل لجنة متطلباتها على ضوء المهام الموكلة لها والميزانية التي تخصصت لها[57].

* ويعتبر حجز الفنادق من أهم أعمال الجهاز الإداري فبعد الاختيار الدقيق لمكان انعقاد المؤتمر، يبدأ الحجز المبدئي لأماكن إقامة المشاركين في المؤتمر، وقاعات اجتماعات لجان المؤتمر والاتفاق مع الفندق الذي يقع عليه الاختيار لإقامة الوفود علي نظام الإعاشة وإقامة الوفود وتأجير القاعات، ويتم التأكيد علي الحجز أكثر من مرة، وعلى أن يوضع في الاعتبار أن يكون الحجز المبدئي أكثر من المتوقع حضورهم بقليل تحسباً لأي طوارئ.

* واختيار الفندق لابد أن يتناسب مع مكان انعقاد المؤتمر، ومع الأعداد المتوقع حضورها، فيكون في مكان يسهل الوصول إليه ويستطيع تأمين ضيوف المؤتمر. كما يكون لديه القدرة على إعاشة هذه الأعداد، ولدى العاملين فيه الخبرة السابقة في التعامل مع مثل هذه الأحداث.

* ومن بين الإجراءات الإدارية أيضاً عملية حجز السيارات التي سيتم تخصيصها لرؤساء الوفود ولأعضاء الوفود.. على أن يتناسب مستوى السيارات مع مستويات رؤساء الوفود وباقي الأعضاء.. إلى جانب ذلك التأكيد عل نوعية السائقين ونظافة السيارات والخدمة المقدمة لرؤساء وأعضاء الوفود.

* أما المطبوعات.. فإنها من أهم الإجراءات الإدارية التي يجب الاهتمام بها جيداً والجدير بالذكر أن المطبوعات تعتبر عنوان المؤتمر.. فلابد من الاهتمام بجودة طباعتها.. وتميز إخراجها.. وشمولها على كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالمؤتمر.. علاوة على

([57]) أحمد أبو السعيد, مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (برنامج الإعداد للمؤتمرات)، غزة 1993.

تميز طباعة النشرات والبحوث الخاصة بالمؤتمر.. وفي هذا الشأن يجب التنسيق مع لجنتي البحوث والمعلومات والإعلام. ولا نغالي إذا قلنا أن الاهتمام بجودة المطبوعات يجب أن يشمل كافة أعمال المؤتمر من دعوات إلى لوحات إرشادية الى كتابة تقارير.

* وتشمل هذه الاتصالات.. مطارات الوصول للوفود.. والاتفاق على مندوبي الاستقبال (صالون درجة أولي- كبار الزوار).. وكذلك الاتفاق مع سلطات المطار علي التسهيلات التي ستمنح لأعضاء المؤتمر وما يصحبونه معهم من أجهزة علمية.. أو ما شابه ذلك.

ولا تكتف اللجنة المكلفة بالاتصالات بإخطار المطار.. ولكن الموانئ إذا كان هناك من الوفود سيصل بحراً، على أن يتم تزويد الأجهزة المسئولة عن المطارات والموانئ بأسماء الوفود المشاركة وجنسياتهم والبيانات الكاملة عنهم.

* وكذلك يأتي الاتصال بالمسئولين عن المزارات السياحية والتي سيرتادها قطعاً الوفود المشاركة في المؤتمر، من حيث الاستعداد لاستقبال هؤلاء الضيوف، وإعداد أفضل المترجمين، ومن مختلف اللغات، والاتفاق مع الشركات السياحية على استئجار أفضل الحافلات لنقل الوفود، على أن تقوم اللجنة الخاصة بالسياحة بوضع البرامج السياحية المتوازنة.. والتي تحقق معظم رغبات السادة المشاركين في أعمال المؤتمر، وكذلك يمكن إعداد الهدايا التذكارية التي ستقدم للوفود وعلى المستويات المختلفة لتمثيل هذه الوفود.

* تبقى نقطة هامة تتعلق بالرعاة الرسميون للمؤتمر، وهؤلاء غالباً ما يكونوا شركات أو مؤسسات تقدم نوع من التمويل لنجاح أعمال المؤتمرات علي أن يتم الاتفاق معهم على وضع أسمائهم في الإشارات المختلفة للمؤتمر علي أنهم رعاة رسميون له.

يتبقي أمر التسهيلات الخاصة التي يمكن منحها لأعضاء المؤتمر، ولاسيما هؤلاء المشاركون علي حسابهم الخاص كالتخفيضات التي تمنح لهم في الإقامة والتنقلات والاتصالات والزيارات السياحية والمشتريات..الخ.

وثائق المؤتمرات:

لا يقتصر التنوع على المؤتمرات نفسها، وإنما يشمل أيضاً ما يصاحبها من وثائق. وتنقسم الوثائق الخاصة بالمؤتمرات الى ثلاث فئات رئيسية وهى: وثائق تسبق انعقاد المؤتمر، ووثائق تنشر أثناء انعقاد المؤتمر، ووثائق ما بعد المؤتمر [58].

[58] للمزيد راجع:
1- د. مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ- تقييم)، مرجع سابق.
2- أحمد أبو السعيد, مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (برنامج الإعداد للمؤتمرات)، غزة 1993.

وثائق ما قبل المؤتمر:

بالإضافة الى الإعلانات ودعوات المشاركة الإيجابية في أعمال المؤتمرات، والبرامج.. إلى آخر ذلك من الوثائق التمهيدية والتنظيمية، نجد أيضاً الطبعات المبدئية من بحوث المؤتمر الفعلية، التي يمكن أن تشتمل على النصوص الكاملة أو مستخلصات لها أو أي شكل مختصر منها. وهذه يمكن أن تستنسخ بالأوفست من النص الأصلي الذي يقدمه المؤلف، كما يمكن أن تطبع. وعادة ما تصدر متفرقة كما يمكن أن تصدر مجمعة على شكل كتاب، كما حدث على سبيل المثال في أعمال " المؤتمر الدولي للتخطيط القومي للمعلومات في الدول النامية " الذي عقد في بغداد في نوفمبر 1975 والتي قامت بنشرها إحدى دور النشر الهولندية في مجلدين قبل انعقاد المؤتمر. ومن الممكن لهذه الأعمال أن تصدر في أحجام مختلفة لنفس المؤتمر، وفي أوقات مختلفة، كما يمكن أن تشتمل علي بعض البحوث فقط. ويحدث في بعض الأحيان أن تصدر دون ترقيم. ويقصد بها في معظم الأحيان أن تكون مجرد أساس للمناقشة، بحيث تكون أمام المتحدث فرصة كافية للمناقشات والتعليق. ومشكلة هذه الوثائق بالنسبة لأمين المكتبة أنها لا توزع إلا على المشاركين رسميا بالمؤتمر. بحيث يكون من الصعب بمكان الحصول عليها من أي مصدر أخر. ورغم ذلك فإنها عادة ما يستشهد بها في الإنتاج الفكري، كما يبحث عنها المستفيدون من هذا الإنتاج.

الوثائق التي تنشر أثناء المؤتمر:

وعادة ما يكون عدد هذه الوثائق وحجمها محدوداً، حيث تقتصر على نصوص كلمات الافتتاح والختام، وقوائم المشاركين والتوصيات والقرارات، هذا بالإضافة الى نصوص البحوث التي ترد الى إدارة المؤتمر بعد طبع وثائق ما قبل المؤتمر. وعادة ما يكون من الصعب تتبع هذه الوثائق، بل انه قد يستحيل الوصول إليها بدون المشاركة بالمؤتمر.

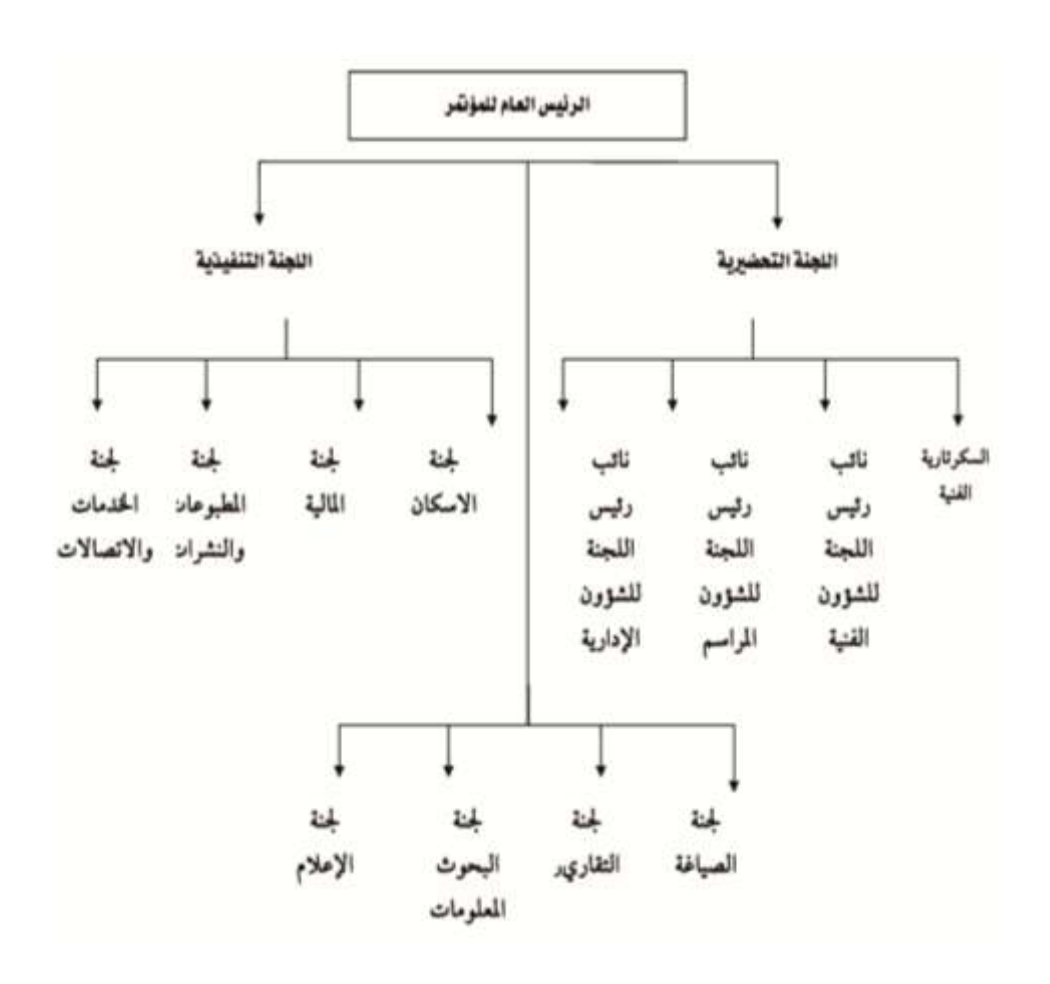
وثائق ما بعد المؤتمر:

وغالبا ما تعرف هذه الوثائق بتقرير المؤتمر وهي الفئة الغالبة، والتي عادة ما تشمل على النصوص المنشورة لما قدم للمؤتمر من بحوث بعد تعديليها أو تصحيحها إذا دعت الحاجة، بالإضافة الى ما أثير حولها من مناقشات، وما قدم بشأنها من مذكرات أو توصيات... الخ. وتتخذ هذه الوثائق عدة أشكال:

- في شكل كتاب.

- النشر في احدي الدوريات.

- النشر في كتاب ومجلة معاً في نفس الوقت.



هيكل تنظيمي

مجرد مقترح قابل للتعديل حسب رؤية اللجنة التحضيرية والرئيس وحسب نوعية المؤتمر ونوعية المشاركين، فلكل مؤتمر ظروفه على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي وحسب نوع المؤتمر والمشاكل التي يطرحها.

المنشآت المناسبة لإقامة المؤتمرات:

أولاً: مراكز المؤتمرات:

وهى مراكز متخصصة لعقد المؤتمرات بها، ومزودة بالمعدات السمعية والبصرية وإمكانية الترجمة الفورية والنقل من خلال الإذاعة والتلفزيون، ويتوفر فيها أعمال السكرتارية والفاكس والاختزال... الخ، ومجهزة بالمقاعد التي تكفي لعدد المؤتمرين.

ويراعي في إنشاء هذه المراكز ما يلي[59]:

- أن يكون المركز متكاملاً؛ به مكان للإقامة وخدمة الأغذية والمشروبات والخدمة الفندقية؛ وكذلك به مكاتب للبنوك وشركات الطيران، وفي كثير من الأحيان تكون بالقرب منه منتجعات للسياحة والاستمتاع والتي تمكن استضافة مؤتمرات عالمية ودولية.

- أن يتم إقامتها قرب فنادق عالمية ومناطق يتوفر فيها شبكة مواصلات تسهل انتقال المؤتمرين، مثل مركز القاهرة للمؤتمرات، ومركز مؤتمرات جامعة الإسكندرية.

ثانياً: المراكز العلمية المتخصصة:

والتي لا تهدف إلى تحقيق أرباح مثل الكليات الجامعية ومراكز البحوث، على أن يتم الحجز لأعضاء المؤتمر غير المقيمين في فنادق قرب مكان انعقاد المؤتمر.

ثالثاً: فنادق خمس نجوم:

بها قاعات مجهزة لعقد المؤتمرات، والمناسبة لإقامة المؤتمرين وكل الشخصيات المهمة خاصة السياسية وكبار رجال الأعمال.

رابعاً: قاعة للمؤتمرات للشركات الكبرى:

ويتم تجهيزها بأحدث الوسائل السمعية والبصرية وتخصصها لمؤتمراتها، ويمكن استضافة مؤتمرات لشركات أو هيئات أخري بها.

دور العلاقات العامة في المؤتمرات:

يعتبر إعداد المؤتمرات أحد أهم التحديات الحقيقة التي تواجه إدارة العلاقات العامة في أية منشأة. ورغم أن هذه المؤتمرات تختلف اختلافاً جذرياً من منشأة إلى أخرى، إلا أن هناك أسساً ينبغي أن تكون واضحة في أذهان رجال العلاقات العامة المسئولين عن عقد أي مؤتمر قبل الإعداد لمثل هذه المناسبة.

وقبل أن نبدأ الإعداد لأي مؤتمر يحسن بنا أن نجيب على بعض الأسئلة:

([59]) د. ليلي محمد الزلاقي، فن إدارة الحفلات والمؤتمرات، ص120.

- *هل هذا المؤتمر هو الأول من نوعه أم لا؟ حيث أن الإجابة على هذا السؤال ستسهل علينا الكثير من التساؤلات التي ستأتي فيما بعد.*

- *تحديد الغرض والهدف من عقد المؤتمر:*

- *هل هو لمناقشة عمل المنظمة؟*

- *لخلق مناسبة اجتماعية.*

- *لخلق صلات ببعض الأشخاص أو الجهات.*

- *لعرض معلومات جديدة.*

- *الترويج السياحي.*

- *الترويج لأفكار ومعتقدات جديدة.*

- *تبادل الخبرات والأفكار.*

- *نقل المعرفة والأساليب والتقنيات.*

- *تحديد حاجات المشتركين في المؤتمر*[60]*.*

- *هل هي خاصة وذلك لتحديد أهداف واضحة ونتائج محددة من المؤتمر ككل أو حتى من خلال كل جلسة أو مجموعة عمل.*

- *هل هي الحاجة لإعلان اهتماماتهم وتوقعاتهم من خلال المؤتمر وعقد لقاءات مع المشتركين قبل عقد المؤتمر بمدة.*

- *الحاجة لمعلومات جديدة أو التعلم من الآخرين عن طريق الاشتراك في المناقشات.*

- *الحاجة لملاحقة التطورات المستقبلية عن طريق تقييم الوضع الحالي وتخيل وقع تلك التطورات علي هذا الوضع.*

([60]) د. احمد أبو السعيد، مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (برنامج الإعداد للمؤتمرات)، غزة 1993.

* الحصول علي المعلومات الضرورية:

تعتبر هذه المرحلة هي أهم مراحل الإعداد بلا نزاع حيث أن كم ونوع ودقة المعلومات التي يمكن الحصول عليها هي التي ستقرر على المدى البعيد لنجاح المؤتمر أو فشله.

من المهم في هذه المرحلة الاستفادة الكاملة من كل التجارب السابقة لدى الأشخاص الذين اشتركوا في مؤتمرات أخرى مهما كانت خلفية هؤلاء الأشخاص ومهامهم ودرجة تعليمهم ومستواهم الوظيفي. كما أن من المهم أيضاً أن يكون التركيز على عرض المشكلات وتحديدها وليس على الحلول، ثم بعد ذلك يتم تجميع هذه المشكلات وتصنيفها حتى يمكن أن يحدد لها الحلول والبدائل.

* تحديد الأهداف:

تعتبر تلك الخطوة الأساسية حيث أنها تفيد في الآتي:

- تختصر من المجهود الضائع في نواحي أخرى.

- تقرب وجهات النظر وتستبعد الغير صالح والغير ضروري.

- تخفض النفقات الغير ضرورية وتختصر الوقت.

- تساعد علي الإقناع.

- توجه أسس قوية لتقييم الأداء والنتائج.

من الأهمية تحديد الفرق بين كل نوع من الأهداف، فهناك أهداف للمؤتمر، بينما هناك أهداف للجلسات.

وتبرز أهمية تحديد أهداف الجلسات في حالات المؤتمرات الكبيرة التي يوجد بها أكثر من قاعة لجلسات وقائع المؤتمر.

ومن المهم أن تكون أهداف الجلسات معروفة كتابة وواضحة لكل المشتركين في الجلسة. ومن الطبيعي أن نقول أنها يجب أن تكون منطقية ومعقولة وهو الأمر الذي يساعد الجمهور مقدماً على اختيار الجلسة التي يرون حضورها من مجموع الجلسات.

* تبني المؤتمر:

التبني ليس أكثر من إيجاد نوع من الالتزام. ولذلك لابد من تحديد الأشخاص والجهات أو المنظمات والشركات التي يعتبر تعاونها شيئاً ضرورياً لنجاح المؤتمر مع إعداد قائمة بأسماء الشخصيات ذوى لنفوذ فيها، الذين وجودهم سيعطي قوة وشهرة للمؤتمر والمؤسسة القائمة عليه.

**** تصميم المؤتمر:***

بناء على تقديريك لما سبق من المهم أن يكون لدينا أكثر من إستراتيجية حيث أن وجود إستراتيجية واحدة من شأنها أن يعرض البناء كله للخطر في حالة وجود عقبات حقيقية. وعلي هذا الأساس يمكن التخطيط على أساس إستراتيجية منفصلة. بمعنى أن يكون لدى العاملين في العلاقات العامة أكثر من تصور لهيكل تنفيذ المؤتمر والتخطيط لكل متطلباته التخطيطية.

**** التنظيم:***

طالما وجدت الخطة فيمكن المساعدة في تحديد الأفراد والأشياء الأخرى اللازمة لتنفيذ الخطة. ولذلك يجب تحديد رئيس لكل مجموعة عمل خاصة بكل مجال من مجالات المؤتمر، ومن مجموعة رؤساء المجموعات والمنسق العام يوجد ما يسمى بلجنة الإعداد للمؤتمر.

ومن الطبيعي أن الاختيار الجيد لهؤلاء الأشخاص سيحدد مدى نجاح الإعداد أم لا وذلك من ناحية:

- الخبرة الشخصية.
- الأشخاص الصالحين للعمل مع الآخرين.
- تقدير الوقت.
- مدى اهتمامهم بالمؤتمر.
- تراوح مستوياتهم الاجتماعية والوظيفية.

**** التنفيذ:***

من المهم أن يعلم العاملون في العلاقات العامة أن المنسق العام أن يأخذ في اعتباره أن الإعداد للمؤتمرات على المدى الطويل قد يعني أن رؤساء اللجان قد يتغيرون أو ينقلون من وظائفهم مثلاً.

كما يجب تشجيع رؤساء اللجان على الإسراع بعرض مشاكلهم أولاً بأول حتى لا يحدث تأخير عام متراكم في ناحية قد ينعكس على النواحي الأخرى.

وتقاس قدرة المنسق العام بمدى قابليته لتوقع المشاكل قبل حدوثها حقيقة ومدى إيجاد تصور لحلولها مقدماً.

**** التقييم:***

التقييم لا يعتبر مرحلة لاحقة أو متأخرة. ولكنه يجب أن يحدث بطريقة مرحلية مستمرة. كما يجب إخطار رؤساء اللجان بتلك التعليمات عما وصل إليه الإعداد أولاً بأول.

تساعد لجنة العلاقات العامة اللجنة التحضيرية بما يلي[61]:

- اختيار مكان المؤتمر والفندق بالتعاون مع السيد أمين عام المؤتمر.

- الاتصال بالصحافة ومختلف أجهزة الإعلام المرئية والمسموعة.

- الاتصال بالسادة المتحدثين والشخصيات المهمة ومتابعة وصول موافقتهم التحريرية.

- حجز المعينات البصرية والسمعية أو استئجارها.

- إعداد الكتيبات والمعلومات الصحفية عن المؤتمر.

- مراقبة عملية حجز المشاركين في المؤتمر.

- الإشراف على "مكتب الاتصالات بالمؤتمر" وتجهيزه بالموظفين المناسبين.

- تشكيل لجنة الاستقبال والإشراف عليها.

- إعداد خطابات الشكر وما يرفق بها من صور.

تقييم أعمال المؤتمرات•:

على الرغم من أن عملية التقييم هي الأخيرة دائماً في الترتيب، من حيث الغرض العلمي إلا أنها تعتبر امتدادا للوظائف الأخرى التي تسبقها وهي لا تقل عنها أهمية.

---

(61) د. مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ- تقييم)، ص39.

• جاءت فكرة التقييم من خبرة المؤلف في مشاركته في إعداد وتجهيز المؤتمرات على مدى سنوات عديدة في الداخل والخارج.

وتتبع أهمية عملية التقييم من كونها عملية مستمرة ومتداخلة مع خطوات تنفيذ أي برنامج.

فأي برنامج - المؤتمرات تعتبر برنامج عمل - مبنى عل خطة عمل لابد أن يوضع إلى جانبها خطتي متابعة وتقييم هذا العمل، لأن نجاح العمل يستلزم مداومة ومتابعة خطة العمل التي تم الاتفاق عليها منذ البداية وتقييم نتائج تنفيذ هذه الخطة.

ووظيفة التقييم من أهم وظائف اللجنة المكلفة بالمتابعة، والأهمية جاءت من حيث أن عملية التقييم تساعد على[62]:

1. التأكد من سير البرنامج الموضوع كما تم التخطيط له.

2. اكتشاف نقاط الضعف في التنفيذ، والثغرات التي حدثت لإمكان تلافيها في حينها.

3. مقارنة ما تم تحقيقه بما تم وضعه من أهداف.

وسوف نتناول في هذه المحاضرة عملية التقويم من خلال النقاط التالية..

- *أهداف التقييم.*

- *مراحل التقييم.*

- *مستويات التقييم.*

- *وسائل التقويم.*

- *نتائج التقييم.*

أهداف التقييم:

تضع اللجنة المنظمة للمؤتمر في خطة عملها أن تقوم بعملية التقييم وهي بالتالي تضع لنفسها أهداف لعملية التقييم هذه تحدد فيما يلي:

- الارتقاء بعملية تنفيذ البرنامج الموضوع الى أقصى درجات النجاح.

---

(62) للمزيد راجع:
- د. مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ- تقييم).
- د. أحمد أبو السعيد, مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (برنامج الإعداد للمؤتمرات)، غزة 1993.

- قياس الأداء التنفيذي للبرنامج أولا بأول لتحقيق سرعة تلافي الأخطاء.

- التعرف على الطرق التي تم إتباعها في التنفيذ ومدى ملائمة هذه الطرق لأهداف المؤتمر.

- نوعية وكمية الأهداف التي تم تحقيقها.

- جوانب القصور وأسبابها وإمكانية تلافيها حاضراً ومستقبلاً.

- ترشيد الأداء حاضراً أو مستقبلاً.

- التطوير الواجب إحداثه في أداء جميع الأجهزة الخاصة فيما يأتي من مؤتمرات.

- التعرف الصحيح علي أهم أدوات التنفيذ، ألا وهو العنصر البشري من حيث الكفاءة والقدرة على التكيف مع المواقف الصعبة، وبالتالي إيجاد قاعدة بشرية يمكنها القيام بأعباء أي مؤتمر مستقبلاً بنجاح كامل دون اضطراب أو خلل.

- التعرف واكتشاف أفضل البدائل لتحقيق الأهداف الموضوعة.

- قياس كفاءة الخطة التي وضعت لأنشطة المؤتمر ككل.

- وضع يد اللجنة العامة المنظمة للمؤتمر على المعوقات التي تحول دون تحقيق الأثر المنشود للمؤتمر.

- التعرف الدقيق على رد الفعل المتوقع للمشاركين في المؤتمر والمنفذين لفعالياته.

- الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة لتحقيق الأهداف بأقل جهد وأقل تكلفة وأقصى كفاءة.

مراحل التقييم:

ذكرنا منذ قليل أن عملية التقييم مستمرة ومتداخلة مع خطوات تنفيذ البرنامج منذ بدايتها إلي نهايتها، ولذلك فإن مراحل عملية التقييم تأخذ ثلاثة مسارات:

- جزئي مرحلي.

- متوسط.

- نهائي شامل.

المرحلة الأولى: عادةً ما تسبق التنفيذ وهي تحاول في البداية وقبل إطلاق الشرارة الأولى للعمل أن تتعرف على ما يلي:

- الإمكانيات المتاحة للجان المؤتمر.

- تحديد الأهداف واختبارها.

- تحديد أنسب الوسائل للحصول على أفضل النتائج.

- التعرف على الأفراد القادرين على تنفيذ المهام وكيفية توظيفهم أفضل ما يكون التوظيف.

- اختبار الأجهزة من حيث قدرتها علي التنفيذ.

بعد الاطمئنان الى المرحلة الأولى للتنفيذ، وقد بدأ العمل بالفعل تستطيع لجنة المؤتمر المنوط بها عمليات التقييم الدخول الى المرحلة الثانية من عملية التقييم وهي المرحلة المتوسطة المدى، ونعنى بها مرحلة التقييم أثناء تنفيذ خطط المؤتمر.

ومن الطبيعي أن تؤدى تلك المرحلة متوسطة المدى إلي تحقيق ما يلي:

- *التعرف على النتائج التي تحققت خلال المرحلة الأولي لبداية العمل.*

- *متابعة ما لم يتحقق من أهداف الخطة الموضوعة.*

- *تحديد معوقات التنفيذ.*

- *تغيير الأفراد والأجهزة التي لا تعمل بالكفاءة المطلوبة.*

أما المرحلة الثالثة والأخيرة من مراحل التقييم التي تتم بعد نهاية المؤتمر، وبعد انتهاء كافة أنشطته وأعماله، وهذه المرحلة تهدف إلي:

- التعرف على مواطن القوة والضعف في خطة العمل العامة وخطط العمل التفصيلية.

- إعادة تخطيط البرنامج مستقبلاً بناءً على الدروس المستفادة من مراحل التقييم والتنفيذ السابقة.

- التعرف على التعديلات الجوهرية في المواد العلمية الخاصة بالمؤتمر.

- تطوير أو تعديل أو استحداث أساليب تدريبية جديدة للعاملين بالمؤتمر، أو للكوادر المزمع إعدادها لما يلي من مؤتمرات.

- إعادة النظر في مستويات الأفراد والأجهزة والأفكار.

مستويات التقييم(63):

تعتمد مستويات التقييم علي عدد من المتغيرات الهامة وهى:

- *نوعية النشاط.*

- *المدى الزمني لعملية التقييم.*

- *خبرة القائمين علي عملية التقييم.*

لذلك فإن مستويات التقييم يتم تصنيفها في ثلاثة مستويات أساسية:

- *المستوى الأول: تقييم الأفراد المنفذين لبرامج المؤتمر.*

- *المستوى الثاني: تقييم الأجهزة والمعدات التي تستخدم*

- *المستوي الثالث: تقييم النتائج المتحققة في كل مرحلة من مراحل التنفيذ.*

المستوى الأول: يعتمد على العنصر البشري وهو الأهم في عملية تنفيذ البرامج التي تم وضعها للمؤتمر.

أما المستوى الثاني: فيعتمد علي الآلة التي تساعد العنصر البشري على إتمام تنفيذ تلك البرامج.

أما المستوى الثالث: فيعتمد أساساً على اللجنة العامة التي تقيم كل ما تحقق من نتائج.

وسائل التقييم:

تتعدد الوسائل التي تعتمدها لجنة التقييم لمعرفة ما تم انجازه من أعمال المؤتمر على مستوى لجانه، ومن أهم هذه الوسائل:

- التقارير الدورية اليومية ومتابعة الأعمال.

- المقارنة بين الخطة الموضوعة والنتائج التي تحققت.

- الاجتماعات الدورية بين قيادات مجموعات العمل والمنفذين الفعليين.

---

(1) قاسم نايف علوان المحياوي, إدارة الجودة في الخدمات, مرجع سابق, ص358-ص359.

- قياس أداء العاملين بصفة مستمرة.

- الاجتماعات العام على مستوى جميع العاملين بلجان وإدارات المؤتمر والقائد الأعلى للعمل.

- ملاحظات المشاركين والضيوف الشفهية والمكتوبة لإدارات ولجان المؤتمر.

- ملاحظات العاملين أنفسهم الشفهية والمكتوبة.

نتائج التقييم:

في النهاية تكون النتائج الخاصة بالتقييم مجيبة على مجموعة من الأسئلة الهامة التالية:

- هل تم التخطيط للمؤتمر بدقة؟

- هل فهم القائمون على التنفيذ الواجبات المكلف بها كل منهم؟

- هل حدث التعاون والتنسيق بين كافة اللجان لتحقيق النجاح؟

- هل كان من الممكن أن تكون نتائج الأعمال أكثر فعالية؟ وكيف؟

- هل تم الإعداد السليم الدقيق لمواجهة أي ظروف طارئة؟

- هل تم الالتزام بالميزانية المحددة من قبل؟

- ما هي الدروس المستفادة من التقييم لتطوير البرامج المماثلة في المستقبل[64]؟

علي ضوء ما تقدم سنقوم بتقييم حالة عملية عن مؤتمر قمة عربي كما يلي:

أهداف التقييم:

على ضوء نوعية المؤتمر المزمع عقده تحدد الأهداف، لنفترض مثلاً مؤتمر قمة عربية.

أهدافه:

- رأب الصدع بين أطراف عربية بعينها.

([64]) د.مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ- تقييم)، ص 244– ص256.

- حل مشكلات داخلية لقطر عربي معين.

- زيادة تعاون بين دولة عربية وأخرى.

- اتفاق على تشكيل لجان عليا.

على ضوء الأهداف يمكن التعرف من خلال تقييم أعمال المؤتمر على ما يلي:

- ما مدى النجاح الذي حققه المؤتمر في حل المشكلات القائمة داخلياً لبلد عربي؟

- قرارات فورية.

- معاونة سريعة.

- انتقال أجهزة بسرعة.

- هل التعاون بين دولة عربية وأخرى تم بصورة جيدة بعد انتهاء المؤتمر أو في الجلسة الافتتاحية؟

- مشاورات جانبية.

- اتفاقات مكتوبة.

- طرق دبلوماسية سريعة.

- هل كل الأهداف تم تنفيذها؟ وما نوعها؟

- ما هي جوانب القصور وأسبابها في تحقيق الأهداف الموضوعة؟

- هل الأجهزة العاملة في المؤتمر أدت المطلوب منها في حدود ما أتيح لها من إمكانيات؟ أم زادت التكاليف أو قلت؟

- هل استطاع المؤتمر خلق قاعدة بشرية تستطيع القيام بما يأتي من مؤتمرات بصورة أفضل؟

- هل اكتشف القائمون على المؤتمر أن هناك بدائل يمكن استخدامها لتحقيق الأهداف الموضوعة؟ وما هي المعوقات التي واجهت اللجان في عملها؟ وكيف تعاملت معها؟

- هل تم عمل استطلاع رأي فوري لمعرفة رد فعل الرأي العام، وكذلك المشاركين عن أعمال المؤتمر؟

- هل تم استعمال الموارد المتاحة أفضل استخدام؟

(سيارات- طرق- اتصالات- تسكين- أمن- إعاشة- استقبال).

وبعد القيام بعملية تقييم الأهداف الموضوعة للمؤتمر يمكن بعد ذلك استكمال مناقشة مراحل

التقييم[65]:

المرحلة الأولي: وفيها نتعرف على الإمكانيات المتاحة للجان المؤتمر:

- فنادق.

- سيارات.

- اتصالات.

- قوة بشرية.

- أمن.

- إعاشة.

وعلى ضوء الإمكانيات يستطيع معد المؤتمر عمل اختيار مبدئي لأهدافه من هذا المؤتمر ثم التعرف على أنسب الوسائل للحصول على أفضل النتائج من مؤتمر القمة العربي مثلاً:

- هل هي الاتصال المباشر بين الزعماء العرب؟
- هل هي البعاث الدبلوماسية؟
- هل هي اللجان المشتركة؟

ثم التعرف وتحديد الأفراد القادرين على تنفيذ المهام.

- وزراء.
- سفراء.
- مبعوث شخصي.
- لجنة كاملة.

المرحلة الثانية: وهي التي تتم أثناء التنفيذ وفيها يمكن التعرف على النتائج التي تحققت خلال المرحلة الأولى.

- الاتصال كان أسرع.

([65]) د.أحمد أبو السعيد، مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (برنامج الإعداد للمؤتمرات)، غزة 1993.

- الهدف الأول تحقق أسرع من الهدف الثاني.

- هناك بطء في تحقيق الهدف الرابع.

وعلى ضوء هذه النتائج يمكن التعرف على معوقات تنفيذ الأهداف:

- رفض المشاركين لتحقيق أهداف أو مطالب مسبقة.

- عدم نجاح أفراد التنفيذ في مهامهم (وزراء- بعثات....الخ).

- خوف المشاركين من الرأي العام في بلادهم.

وبعد الوصول الى المطلوب من المرحلة الثانية تنتقل أجهزة المؤتمر في عمليات التقييم الى المرحلة الثالثة: والتي تتم غالباً بعد انتهاء أعمال المؤتمر وفيها يمكن تحديد:

- مواطن القوة والضعف في الخطة العامة الموضوعة للمؤتمر.

- التوقيت غير المناسب.

- الإعداد القاصر.

- الأفراد غير المؤهلين.

- الإعلام ضعيف.

وعلى ضوء ما سبق يعاد التخطيط لما يأتي من مؤتمرات على ضوء الدروس المستفادة من المراحل السابقة.

وكذلك يمكن التعرف على التعديلات العلمية المطلوبة للمؤتمرات القادمة:

- الصياغة المناسبة.

- تغيير الأهداف.

- الإعلام القوي.

- المكان.

- الاتفاقيات.

بعد ذلك نتحدث عن مستويات التقييم

المستوى الأول: وهو عن الأفراد:

- التعرف على المنفذين لأعمال المؤتمر
- لجان الصياغة ⇐ هل هم على المستوى المطلوب
  ⇐ هل مطلوب تغييرهم؟
- أفراد الاتصال
- أفراد الاستقبال ⇐ مظهر سيئ
  ⇐ لغة ضعيفة
- العاملين في اللجان المختلفة

المستوي الثاني: وهو الخاص بالأجهزة والمعدات المستخدمة:

- سيارات
- تليفونات
- كمبيوتر
- قاعات
- ميكروفونات...... الخ.

المستوي الثالث: ويتعلق بالنتائج المتحققة في كل مرحلة من مراحل التنفيذ:

- تحقيق كل الأهداف.
- الإخفاق في تحقيق الأهداف.
- تحقيق بعض الأهداف.

ونصل في عملية التقييم إلى وسائل التقييم:

* هل سيعتمد المشاركون على التقارير؟
  ⇐ عن طريق لجان الصياغة.

محاضر الاجتماعات.

* أم أن المشاركين سيعتمدون على المقارنة بين خطة هذا المؤتمر والنتائج المحققة:

⇐ تحقيق أكثر من المطلوب أو المستهدف.

⇐ تحقيق المستهدف.

⇐ تحقيق أقل من المستهدف.

* أو أن اللجان ستعتمد على قياس أداء العاملين بصفة مستمرة

⇐ متقاعسين.

⇐ نشيطين.

⇐ أعلى إنتاج.

⇐ أدنى إنتاج.

⇐ متوترين.

⇐ أداؤهم يشوبه عدم المعرفة أو عدم الابتكار.

* أو أن المؤتمر سيعتمد على الاجتماع العام على مستوى جميع العاملين بلجان وإدارات المؤتمر:

⇐ لتعنيفهم.

⇐ لمدحهم.

⇐ لتلقى التقارير بصورة جماعية.

⇐ لتحليل ما تم من عمل.

⇐ لتحديد أهداف جيدة.

لإقصاء بعضهم.

* أو أن لجان المؤتمر ستعتمد على ملاحظات المشاركين والضيوف الشفهية والتحريرية لإدارات ولجان المؤتمر:

⇐ مستوى أداء الأفراد سيئ أو جيد.

⇐ الخدمات ممتازة أو ضعيفة.

⇐ الراحة أو عدم الراحة.

⇐ مكان الانعقاد مناسب أو غير مناسب.... الخ.

باختصار

كيف تعد مؤتمراً؟

الإجراءات التي يجب إتباعها

هيكل إجمالي لبرنامج مؤتمر (يستغرق 3 أيام)

أولاً: الإجراءات التي يجب إتباعها:

من أين نبدأ؟ يجب البدء بمناقشة خطة تنفيذ. ومن ثم يجب أن يكون أول ما نعمل ما يلي:

1. ماذا نبدأ؟

- وضع الأهداف.
- راجع التكاليف.
- اختر رئيس المؤتمر- مؤتمر (يستغرق 3 أيام).
- حدد لجان تنظيم المؤتمر وواجبات كل منه.

2. إذا ما تم الانتهاء من الإجراءات السابقة:

- حدد مقر عقد المؤتمر.
- افحص واحجز أماكن الإقامة في الفنادق.
- أرسل دعوات الى السادة ضيوف الشرف.
- تأكد من تواجد السادة المتحدثين وكذلك المعدات السمعية والبصرية التي يحتاجونها.

يجب إيجاد التنسيق بين النقاط الأربعة الأخيرة من حيث التاريخ والتوقيت أي أنه يدخل ضمناً تحديد بدء المؤتمر.

3. ويلي ذلك:

- تجهيز برنامج المؤتمر بالتفصيل.
- إرسال الدعوة والبرنامج الى السادة المشاركين المستهدفين.
- إجراءات الترتيبات للتغطية الصحفية والدعاية.
- استخدام عدد كاف من العاملين لأداء واجبات المؤتمر.
- افتح ملفاً للمؤتمر لحفظ جميع المستندات.

ويؤخذ على هذا التوزيع المختصر والمبوب أنه أغفل:

- النشاط الاجتماعي الذي تقدمه لجنة التنظيم المختصة به.

- خطابات الشكر والصور التذكارية للمؤتمر.
- تصوير حساب المقبوضات والمدفوعات. وإعداد المستندات توطئة لصرفها.
- تفريغ مقر المؤتمر من المعدات التي استأجرها.

ثانياً: إعداد هيكل إجمالي لبرنامج مؤتمر يستغرق ثلاثة أيام:

اليوم الأول:

- حفل الاستقبال.
- السادة المتحدثون(المحاضرون).
- ورش العمل.
- الإعداد لحفلات العشاء.

اليوم الثاني:

- السادة المتحدثون (المحاضرون).
- ورش العمل (مجموعات المناقشة).
- الترفيه

اليوم الثالث:

- السادة المحاضرون.
- مجموعات المناقشات.
- مأدبة الغذاء الرسمية.
- رحلة ترفيهية.

ويمكن تصوير بنود الأيام الثلاثة السابقة في شكل جدول:

اليوم الأول	اليوم الثاني	اليوم الثالث
حفل الاستقبال السادة المتحدثون ورش العمل حفلات العشاء	السادة المتحدثون ورش العمل (مجموعات المناقشة) الترفيه	السادة المتحدثون مجموعات المناقشة مأدبة الغذاء الرسمي رحلة ترفيهية



الفصل الثالث

التعامل مع متطلبات وفعاليات المؤتمرات

الفصل الثالث

التعامل مع متطلبات وفعاليات المؤتمرات

- القاعات.
- أسعارها ومستلزماتها.
- الأثاث والبياضات.
- العناية بالمهمين.
- اعتبارات التدخين.
- الطوارئ.
- الحالات الصحية.
- الحريق.
- السرقة والاعتداءات الشخصية.
- الإضرابات.
- الاحتجاجات والدخول بالقوة.
- ميزانيات المؤتمر.
- الحسابات الشخصية والفواتير.
- المكافآت والبخشيش.
- التقييم النهائي للمؤتمر ترتيب القاعات.
- خطابات الشكر.

يستعرض هذا البحث الفعاليات والمتطلبات التي تساعد في تنفيذ متطلبات المؤتمر بشكل إيجابي وتحقيق الهدف المنشود منه، فالمؤتمرات تحتاج إلى العناية بكل صغيرة وكبيرة وإعطائها الأهمية القصوى، لأن أي خلل في فعاليات ومتطلبات المؤتمر قد يؤدي إلى عواقب وخيمة تؤدي إلى تحقيق نتائج غير إيجابية للمؤتمر.

لذا على كل العاملين في مجال المؤتمرات العناية بهذه الفعاليات وهي كما يلي:

- القاعات.
- موعد البدء وموعد الانتهاء.
- الأثاث والبيضات.
- غرف الصحافة.
- العناية بالأشخاص المهمين VIPS.
- اعتبارات التدخين.
- الطوارئ.
- الحالات الصحية.
- الحريق.
- السرقة.
- الاعتداءات الشخصية.
- الإضرابات.
- الاحتجاجات.
- الميزانيات والحسابات.
- المكافآت والبخشيش.
- التقييم النهائي للمؤتمر.

قاعات المؤتمرات:

عند تخصيص قاعات الفندق للمؤتمر أو لعدة اجتماعات يجب مراعاة ما يلي:

1. يجب أن تخصص أوقات ذات مرونة عالية من نهاية الاجتماع أو فترة، الراحة لأنه في كثير من الحالات حسب المواعيد المعطاة مسبقاً ينتهي الاجتماع الساعة 8، ولكن ممكن أن يتأخر الاجتماع إلى الاجتماع إلى 8:15، ويوجد حجز للقاعة الساعة 8:30 لاجتماع آخر...الخ.

2. تخصيص قاعة تتسع لـ100 شخص تستوعب لـ70 شخصاً والعكس صحيح.

3. يجب ترتيب القاعات وكراسيها ولوازمها كما هو مطلوب وليس أكثر أو أقل.

أنواع القاعات:

*** قاعات الفعاليات (الحفلات):**

تتوفر ثلاثة أنواع من قاعات الحفلات في الفنادق التي تخدم الحفلات والمؤتمرات منها[66]:

1. قاعة عرض Exhibit Hall Space

وهي قاعة كبيرة المساحة تستخدم لإقامة المعارض أو أي فعاليات كبيرة أخرى ويجب أن تحتوي على الآتي:

- منصة للتحميل واستلام البضاعة.
- مخازن.
- منصة (للمساعدة في عرض أشياء مختلفة).
- الخدمات الأخرى (غاز، كهرباء، ماء، ...الخ).
- قريبة إلى مراكز الفعاليات الأخرى.
- أماكن تقديم الطعام.
- حمامات عامة.
- تلفونات.

2. حفلات زواج

وهذه تتضمن قاعة لعدة فعاليات ونشاطات وتستعمل لتقديم الطعام ولمناسبات خاصة ولقاءات، ويجب أن تكون هذه القاعة قابلة للتقسيم إلى قاعات صغيرة بواسطة جدران متحركة.

3. قاعة مؤتمرات Conference Room

---

(66) د. ماهر عبد العزيز توفيق، إدارة الحفلات والمؤتمرات (عمان 1998) ص92, وليلى محمد الزلاقي, فن إدارة الحفلات والمؤتمرات, ص33- 36.

وهي تمثل لمؤتمرات رجال الأعمال ويجب أن تتوفر فيها أجهزة عرض وإنارة كافية وأجهزة ترجمة فورية...الخ.

**** موعد البدء وموعد الانتهاء:***

يجب توجيه العناية الشديدة إلى موعد بدء وانتهاء الفعاليات ويجب أن تحتوي المواعيد على بعض المرونة.

مثلا: إذا كان وقت المحاضرة أو وقت معين للمتكلم أن ينتهي في الساعة 6:00، ولكن لكثرة الأسئلة واستمراره في المحاضرة انتهت المحاضرة الساعة 6:40، وكان ضمن جداول والمواعيد أنه في الساعة 6:15 فترة استقبال تقدم فيها المرطبات، في هذه الحالة يوجد طريقتان لمعالجة هذه المشكلة من قبل مدير قسم الحفلات، إما تقديم المرطبات في الساعة 6:40 وهنا المشكلة إذا كانت بعض المواد محضرة آيس كريم أو بعض المرطبات الطازجة إما تقديمها نفسها أو إحضار مرطبات أخرى طازجة على حساب المسؤولين عن تنظيم المؤتمر.

ولهذا السبب يجب توفير نوع من المرونة في المواعيد لغرض التغلب على هذه المشاكل وتعتمد هذه المرونة على خبرة وذكاء مدير الحفلات.

**** أسعار قاعات الحفلات:***

يتم تحديد أسعار خدمات القاعات على ضوء عدد المشاركين وكمية ونوعية الطعام المقدم بالإضافة إلى الخدمات الأخرى.

وعندما يتم حجز عدة قاعات وتقدم فيها طعام فاخر، وكذلك حجز غرف نوم فإنه دائما يكون إيجار القاعات مجانا. أما إذا كان إيجار القاعات لا يتضمن غرف النوم أو الطعام فإنه يكون إيجار القاعات غالٍ.

في حالة الحفلات الكبيرة أو المؤتمرات فتعطي حزمة متكاملة من إيجار القاعات والطعام والشراب وغرف النوم.

وكذلك يجب دراسة مصاريف ترتيب القاعات من قبل مدير الحفلات في البداية والنهاية والخدمات التي تقدم في القاعات ومصاريف التنظيف.

**** مستلزمات قاعات المؤتمرات:***

يمكن حصر هذه المستلزمات في النقاط التالية[67]:

- أن تكون المقاعد في قاعة المؤتمرات في الغالب ثابتة وعلى هيئة مدرجات، أو مرتبة صفوف، وقد تجهز بمسطح جانبي للكتابة عليه، أو توضع مقاعد ومناضد حسب رغبة الجهة الطالبة وطريقة ترتيبها. ويجب أن تكون الحوائط مبطنة بعازل للصوت.

- أن تكون القاعة مجهزة بأجهزة صوتية كالميكرفونات ومكبرات الصوت وأجهزة التسجيل والتصوير والحواسب الآلية وأجهزة الترجمة.

- توافر الإضاءة الجيدة والأضواء الموجهة أو المركزة في مكان معين، وإمكانية تدرج إضاءتها مع توافر أجهزة التكييف المناسبة.

- توافر وسائل توضيحية مثل السبورة الإلكترونية، أو سبورة الكتابة، أو سبورة ممغنطة.

- حامل لعرض اللوحات الورقية أو الإعلانات أو الصور.

- أجهزة عرض مثل الفيديو وLCD وجهاز كمبيوتر.

- منصة لجلوس منظمي المؤتمر ويحدد أبعادها وعدد المقاعد خلفها.

- منصة للمتحدث أو مكتب مرتفع مجهز بمفاتيح التحكم في أجهزة العرض والصوت والضوء.

- دائرة مغلقة في القاعة لعمل الترجمة الفورية.

- زهور وطريقة توزيعها.

- ديكور مطلوب وما يناسبه من المفروشات والستائر.

- الاحتياجات من الطفايات والأكواب والأدوات الكتابية.

- الإعلانات واللوحات الإرشادية والأعلام[68].

إضافة يجب أن يتوافر لقاعات المؤتمر مخططات هندسية، ترسل إلى المسئوولين عن المؤتمر مع بروشورات الفندق، ومن العناصر الواجب توافرها في القاعة كذلك[69]:

- موقع مخارج الطوارئ.

- موقع الأجهزة الكهربائية.

([67]) د. ليلي محمد الزلاقي، فن إدارة الحفلات والمؤتمرات، ص122- ص123.
([68]) سامي عبد القادر سعيد, المكاتب. الأمامية, ط1 (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية, 1994) ص177-178.
([69]) أحمد أبو السعيد, مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (برنامج الإعداد للمؤتمرات)، غزة 1993.

- موقع نقاط مكبرات الصوت.

- أماكن التحكم بالصوت والضوء.

- موقع المياه والمجاري.

- حجم القاعة.

- عدد الكراسي الممكن وضعها حسب رغبة المسئولين عن تنظيم المؤتمر.

- حجم ومساحة القاعة والأبواب والشبابيك والمصاعد.....الخ.

*** الأثاث والبياضات: Furniture and Linens**

أثاث الحفلات هو الكراسي، طاولات، منصات، منصات للمتكلم، البياضات ويجب على مدير قسم الحفلات معرفة إمكانية الفندق في توفير الأثاث والبياضات بأنواعها.

**** الكراسي:***

الكراسي تختلف حسب أنواعها بمساند أو بدون مساند، ألوانها، شكلها، المعايير العالمية لكراسي حفلات الطعام بارتفاع 17 انج من المقعد، وعرض 18 انج، وعمق 18 انج، ويكون عرض المسند 3 انج

ويجب أن تكون الكراسي مريحة، قوية، ألوانها مناسبة وكذلك تصميمها.

**** الطاولات:***

تختلف حسب المناسبات من حيث الأنواع و الأحجام، ودائماً تكون الطاولات مستطيلة والمعايير العالمية بطول 8 قدم، أو 6 قدم، وعرض 30 انج أو 24 انج، ونوع آخر من الطاولات تكون مستديرة وبقطر 5-6 قدم.

- الطاولة المستديرة التي قطرها 4 قدم تكون مريحة لإجلاس 4-6 أشخاص.

- الطاولة المستديرة التي قطرها 5 قدم تكون مريحة لإجلاس 8-10 أشخاص.

- الطاولة المستديرة التي قطرها 6 قدم تكون مريحة لإجلاس 10-12 أشخاص.

* المنصات:

تستعمل لعرض شيء ما أو لوقوف المحاضر. وفي المحاضرات يجب أن يتوفر المايكروفون أو تكون المنصات مخصصة لفرقة موسيقية وتكون بارتفاع 6-32 انج، ومنصة المتكلم بطول 4-6 قدم، وعرض 4-8 قدم.

* البياضات:

تتكون من الفوط التي توضع على الصدر والفوط العادية وبياضات الطاولات ويجب أن تتوفر في الفندق أعداد كافية ونوعيات ممتازة وألوان مختلفة، وأفضل الأنواع التي تستعمل في الفنادق تكون مخلوطة من قطن وبوليستر[70].

* الترتيب الأساسي للقاعات Basic Setup

كيفية ترتيب الطاولات والكراسي يلعب دوراً مهماً في نجاح أو فشل الاجتماع، لكل ترتيب معين له أغراض وايجابيات وسلبيات، وكل ترتيب معين ينظم لغرض المساعدة في الوصول إلى أهداف الاجتماع، ومن ضمن الترتيبات هي [71]:

-ترتيب القاعة على شكل مسرح: Auditorium or theater style

- لا تضع أكثر من 12 شخص في الصف الواحد الأفقي، ويمكن ترتيب الممرات بين الكراسي بعرض 4 قدم للأعداد الصغيرة، و 6 قدم للمجموعات الكبيرة والتي تكون أكثر من 200 شخصاً، ويجب عدم وضع الكراسي بحيث تلامس الكراسي التي جنبها، ويجب ترك مسافة 1-3 انج بين كرسي وكرسي آخر.

- يجب ترك مسافة 30 انج بين كرسي وكرسي أي مؤخرة كرسي ومقدمة كرسي آخر.

- تكون المسافة بين منصة المتكلم وأول صف من 6-8قدم.

- تكون المسافة بين الجدار الخلفي للقاعة وآخر صف على الأقل 7قدم.

- وترتيب القاعة على هذا الشكل يستوعب عدداً كبيراً من المشاركين.

- من مساوئ هذا الترتيب:

([70]) ليلى محمد صابر الزلاقي, فن إدارة الحفلات والمؤتمرات, ص28-29.
([71]) أنس بلبيل وآخرون, إدارة الإيواء (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع, 2002), ص85 وما بعدها.

أن المشــاركين لا يســتطيعون تســجيل ملاحظــاتهم، إلا إذا تــم وضــع مســاند مطويــة مــع كــل كرســي، والمقاعــد الخلفيــة تكــون مزعجــة للمشــاركين إلا إذا كــان المحاضــر يتحــرك ويتــوفر مايكروفون متحرك.

ـقاعة دراسية: School Room Style:

يفضل هذا النوع من الترتيب فـي الأعداد الصـغيرة والكبيـرة إذا كـان يتطلـب مـن المشـاركين تسجيل ملاحظات، ويجب ترك مسافة 30-36 انج بين كل الطاولات، والمسافة بين كرسي وكرسـي ويجب أن تكون 30 انج أيضاً، الممرات بعرض 4 قدم لعدد المشاركين أقل مـن 100، و6 قدم لعـدد المشـاركين أكثـر 200، وتـرك مسـافة علـى الأقـل 6أقـدام بـين المـتكلم والصـف الأول و 8 قـدم بـين الجدار الخلفي وآخر صف في الكراسي.

من سلبيات هذا التنظيم: أنه يأخذ مساحات كبيرة من القاعات أي يتطلب قاعة كبيرة.

ـ ترتيب القاعات لرجال الأعمال:

يكـون ترتيـب القاعـات لرجـال الأعمـال لتسـهيل انسـيابية النقـاش بـين الحضـور، ومـن أنـواع الترتيب:

ـ ترتيب U u - shape

يوفر هذا الترتيب للمشاركين مشاهدة وسماع الآخرين، ومـن سـلبياته أنـه يأخـذ مسـاحة كبيـرة من القاعة، ويجب أن يكون بعد كرسي عن كرسي 30 انج.

ـ ترتيبT T - shape

من سلبياته أن الصف الرئيسي يضايق الجالسين في بعض الأحيـان، وخاصـة مـن قبـل أرجـل الطاولات. ولهذا يجب وضع أكثر من طاولة جنب بعض.

ـ ترتيب Hollow shape

هذا الترتيب يعطـي شـعوراً بالتسـاوي بـين الجميـع، وهـو عبـارة عـن طاولـة مسـتطيلة توضـع على جانبيها كراسي, وهنالـك ترتيـب آخـر فـي النهايـات علـى شـكل أقـواس يطلـق عليهـا بيضـاوي، ويجب ترك مجال 24-30 انج بين كرسي وكرسي.

ـ ترتيب دائري Rounds tables or Banquet Style

هذا النوع مرغوب جداً ويتم استعمال طاولات مستديرة بقطر 5 قدم لاستيعاب من 10-18 شخص بشكل مريح، ويحب ترك على الأقل 4 أقدام بين طاولة وطاولة أخري في حالة الحفلات التي يقدم بها طعام.

**** غرفة الصحافة Press Rooms***

أي مؤتمر عالمي أو محلي دائماً يثير فضول الصحافة ويجب تغطيته محلياً أو عالمياً أو علمياً، ويتم دائماً الضغط على مدير الحفلات لغرض توفير غرف خاصة للصحافة، من أهم متطلبات غرف الصحافة هو وجود عدد كافي من التلفونات والفاكسات، وبخطوط منفصلة وكل تلفون يجب أن يوضع على طاولة منفردة حتى يستطيع الشخص الذي يغطى الأخبار كتابة الملاحظات ونقلها إلى مصادره. وفي بعض الأحيان يجب أن تتوفر حواجز عامودية بين طاولة وطاولة أخري.

ويجب توفير دفاتر ملاحظات وأقلام رصاص وجاف وطابعات وأجهزة كمبيوتر وكراسي مريحة، وكذلك بعض المرطبات والوجبات الخفيفة والمشروبات الساخنة والمنبهة والغازية.

ويتم دائماً تخصيص مكافأة معينة للصحفي الذي ينشر أخبار جيدة عن المؤتمر.

*** العناية بالأشخاص المهمين**

يجب توفير رعاية خاصة بالـ VIPs والمحاضرين في المؤتمرات والفرق الموسيقية والفنانين، وتوفر لهم غرف جيدة، وإضافة مواد معينة لهم مثل سلة فواكه أو زهور أو جرائد مجانية.....الخ.

الأشخاص المسؤولين عن تنظيم المؤتمر دائماً تعطى لهم غرف في الفندق، ويجب التخطيط مسبقاً للعناية بالـ VIPs وخاصة إذا كانوا يمثلون دولاً مختلفة أو وزراء........ الخ. ويجب التأكد من أن الدعوة تم إرسالها قبل وقت كاف وأن الموافقة قد وصلت كتابةً منهم [72].

*** الخدمات الخارجية Outside Services**

تشمل الديكورات والزهور، والأجهزة الصوتية والمرئية..... الخ، ويجب على مدير قسم الحفلات معرفة الخدمات الخارجية جداً، ومعرفة مع من يتم التعامل ومستوى خدماتهم.

([72]) سامي عبد القادر سعيد, الإدارة الفندقية, ط1 (القاهرة: مكتبة مجموعة النيل العربية, 2004), ص121.

*** اللقاء مع قسم التدبير الفندقي Meeting with Housekeeping Department**

كل قاعات الحفلات يجب تنظيفها مباشرة بعد الانتهاء من الفعاليات، وأزعج شيء للمشاركين أن يشاهدوا القاعات لم يتم تنظيفها وخاصة التي تم عمل فعاليات بها في اليوم السابق.

كذلك يجب تنظيف الكراسي والطاولات والمعدات والبياضات والستائر..... الخ، وكذلك نقل الكراسي والطاولات.... الخ من والى المخازن، وكذلك نقل بعض الأجهزة الى قسم الصيانة لغرض صيانتها، لهذه الأسباب يجب على مدير قسم الحفلات عمل عدة لقاءات مع مدير قسم (Hq head quarter) أو المسؤولين عن القسم لإعطائهم مواعيد الحفلات والقاعات المختارة ونوعية الديكورات والأجهزة والكراسي.... الخ. لغرض التنسيق معهم لتقديم أفضل خدمات ممكنة.

*** اعتبارات التدخين Smoking concerns**

أصبح التدخين مشكلة من مشاكل العصر ويتم الاهتمام به في كل الأوقات، لذا فإنه يجب تنظيم ورقة عمل مستقلة لكل فعالية ولكل قاعة لغرض تقديم أفضل الخدمات وللمعالجات السريعة للمشاكل التي قد تحصل. ويجب الاتفاق مسبقاً مع المسؤولين عن المؤتمر بالسماح للمشاركين بالتدخين أم لا. إذا كان التدخين مسموحا، يجب توفير أماكن معينة للمدخنين، أو عدم عزل الأماكن أي إطلاق حرية التدخين.

إذا تم السماح للتدخين وتخصيص أماكن للمدخنين فإنه دائماً تكون في الجهة اليمني لوجه المحاضر مسموح التدخين فيها أو الجهة اليمني المقابلة للمسرح والجهة الأخرى غير مسموح التدخين فيها.

لذا يجب تحديد متى؟ وأين يمكن لهم ممارسة عادة التدخين؟ ويتم ذلك من خلال البرنامج الموزع عليهم، لهذا يجب توفير ما يلي:

في أماكن المدخنين إذا تم السماح بالتدخين فيجب توفير ما يلي[73]:

- *متكات سكاير موزعة في كل مكان وخاصة في قاعات الحفلات.*
- *تعليق لوحات بعدم التدخين أو مسموح التدخين.*
- *توفير أشخاص يقومون بتنظيف متكات السجائر.*

([73]) Joon Moncrieff and Doreen sharp, The P.A.S, handbook (London: Macmillan Publication Limited, 1986) P.29.

* الطوارئ Emergencies

تحدث بعض الحالات الطارئة وغير المحسوب لها أو المخطط لها في أفضل الفنادق التي تنظم المؤتمرات والاجتماعات، وتعتبر الحالات الطارئة أفضل تقييم أو امتحان بقسم المؤتمرات.

يجب على مدير قسم المؤتمرات أن ينظم خطط لكل الطوارئ وتغطيتها مثل الحالات الصحية، الحريق، التهديد بالقنابل، الاعتداءات الشخصية، العنف والاضطرابات.

وتتضمن الخطط أشياء:

1. وصف أنواع الحالات التي تحدث.
2. توضيح الإجراءات التي تتخذ في التعامل مع كل حالة على حدة.
3. تحديد المسؤولين عن تنفيذ الإجراءات المطلوبة.
4. في كل حالات الطوارئ التي قد تحصل في الفندق يجب إبلاغ المسؤولين عن تنظيم المؤتمر بكل تفاصيلها.

* الحالات الصحية Medical Emergencies

تحدث الحالات الصحية من الضغط أو التعب من الاجتماعات والمناقشات، أو من تغيير نوع الطعام أو من تعاطي الكحول بكثرة، نقص في النوم.... الخ.

وتكون على شكل اختناق، إرهاق سكتة قلبية محاولة انتحار تناول جرعة كبيرة من المخدرات قرحة حساسية ربو.... الخ.

يجب على مدير قسم المؤتمرات تحضير إجراءات معينة مثل كتابة أرقام تليفونات الأطباء الجيدين أو أطباء الأسنان والمستشفيات الجيدة ومعرفة كيفية الاتصال مع سيارات الإسعاف

ويجب أن تتضمن الكتيبات التي ترسل للمشاركين قبل بدء المؤتمر بروشورات عن المستشفيات والأطباء والمعتمدين... الخ.

ويجب تدريب بعض العاملين بالفندق على تقنيات إجراء التنفس الاصطناعي (CPR) وتقنيات الإسعاف الأولية، وكذلك تدريب العاملين في المطاعم على معالجة حالات الاختناق بالطعام.ويكون مدير قسم الحفلات مسئول مسئولية مباشرة عن معالجة وتنظيم وإدارة كل هذه الحالات.

* الحريق Fire

النموذج التالي يوضح إجراءات الوقاية من الحريق والتأكد من أن أجهزة مكافحة الحريق تعمل بصورة متكاملة قبل بدء المؤتمر أو الفعاليات، في بعض الدول توجد تعليمات خاصة من قبل

الدفاع المدني للوقاية من الحريق أو مدى توفر الأجهزة المطلوبة لمكافحة الحريق ويتم التعاون بين قسم الصيانة وقسم التدبير الفندقي وقسم المؤتمرات وقسم الأمن لترتيب هذه الإجراءات.

إجراءات الحريق

ضع علامة √ في المربع:

- هل يستطيع المشاركون تمييز صوت جرس الحريق.	
- هل توجد إشارات خاصة على أبواب مخارج الطوارئ.	
- هل أنوار المخارج والسلالم تعمل باستمرار.	
- هل توجد لوحات الدلالة على السلالم والممرات بمخارج الطوارئ.	
- هل أبواب مخارج الطوارئ تعمل بصورة جيدة.	
- هل توجد تعليمات للحريق وكيفية مغادرة الغرف في داخل الغرف وفي الممرات.	
- هل يوجد تعليمات في المصاعد عن مخارج الطوارئ بشكل واضح.	
- هل يوجد لوحات دلالة في مداخل القاعات عن أبواب الطوارئ وأماكنها.	
- هل يوجد أبواب طوارئ كافية تتناسب مع حجم القاعات وعدد المشاركين.	
- هل يوجد أجهزة إطفاء الحريق في الممرات وفي الأماكن العامة في الفندق وهل توجد تعليمات واضحة بكيفية استعمالها وأغراضها وتاريخ صلاحية هذه الأجهزة.	
- هل الأثاث والكراسي وبعض المعدات ضد الحريق.	
- هل السجاد أو الموكيت الموجود في الغرف والممرات ضد الحريق.	
- هل توجد تعليمات خاصة وواضحة وبعدة لغات لحالات الوقاية من الحريق أثناء اندلاع الحريق وحجز الضيوف داخل الغرف، وعدم تمكنهم من مغادرة الغرف، وهل هذه التعليمات مطبوعة وموزعة علي كافة الغرف وموضوعة في محلات بارزة كأن تكون خلف الأبواب أو في الحمامات أو على الطاولات.	

**** احتياطات الحريق***

تخضع كل الفنادق والمباني العامة لتنظيمات صارمة بخصوص مكافحة الحريق، ولكن من الواجب التأكد مما يلي[74]:

([74]) Ibide, P28.

- مسالك الهروب قد تم توضيحها بلوحات إرشادية

- أبواب الطوارئ ليست مغلقة أثناء فترة انعقاد المؤتمر

- في الوقت نفسه يجب توفير معدات الإطفاء اللازمة لمواجهة مثل هذه الطوارئ وكذلك تواجد الفنيين لإدارة هذه المعدات أو تدريب العاملين بالمقر على طريقة استخدامها.

**** السرقة Theft***

يجب التنسيق بين قسم المؤتمرات وقسم الأمن في الفندق للمحاولة دون حدوث السرقات، وفي حالة حدوثها أو الشك في حدوثها يجب تبليغ قسم الأمن الفندقي مباشرة، كذلك ترسل بروشورات مع كتب المؤتمر توضح فيه الإجراءات الوقائية للحد من السرقات [75].

**** الاعتداءات الشخصية Physical Assaults***

أسوأ حالة في حياة مسؤولى المؤتمر عندما يحصل اعتداء شخصي بالضرب على أحد ضيوف المؤتمر وتحصل هذه الحالات حتى في أفضل أنظمة أقسام الأمن في الفندق.

والفنادق تعوض كثيراً من الضيوف عن هذه الحالات وهذه تكلف الفنادق مبالغ تأمين كبيرة.

عند حصول الاعتداء الشخصي على ضيف فيجب عمل الآتي:

*- **أولاً:** يجب توفير الإسعافات الأولية مباشرة.*

*- **ثانياً:** يجب إبلاغ قسم الأمن الفندقي وبعض الحالات إبلاغ الشرطة المحلية وكذلك توفير الشهود.*

*- **ثالثاً:** إبلاغ المسؤولين عن تنظيم المؤتمر بذلك.*

*- **رابعاً:** التعاون المستمر مع الشرطة المحلية لإتمام تحقيقاتها.*

وتحصل هذه الحالات في الفنادق التي تقع في مدن بها نسب الإجرام مرتفعة أو تقع الفنادق في منطقة مزدحمة، ويسكن بالقرب من الفندق المتشردين وخاصة في حالات برودة الجو، ودائماً تكون هذه المسؤولية من مهام قسم الأمن الفندقي.

([75]) عمار عبد الهادي وآخرون, إدارة الإيواء, ط1, (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع, 2001), ص243-244.

ويجب على قسم الأمن الفندقي في بعض الحالات تفتيش الضيوف في مداخل قاعات المؤتمرات أو في مداخل الفندق [76].

**** الإضرابات Strikes***

تصور حالة الفندق إذا دعت نقابة عمال الفنادق الى إضراب قبل 24 ساعة من بدء المؤتمر!!

ودائماً يوجد عقد بين النقابات والفندق بعدم قبول مثل هذه الاضطرابات ولجوء الفندق الى فصل العاملين.

ويجب أن تكون في العقود فقرة توضح أنواع الإضراب ومواعيد إخبار الفندق به، ويجب على مدير قسم المؤتمرات أن يكون على علم بشروط العقود مع النقابات.

في بعض الحالات بعض المؤتمرين يرفضون الدخول الى الفندق في حالة وجود محتجين فيجب إخبار مدير قسم المؤتمرات بذلك، وفي بعض الحالات يتم نقل أحد الفعاليات الى الفنادق المجاورة مع توفير نقل مجاني للضيوف.

**** الاحتجاجات بالقوة ومنع الدخول بالقوة Demonstrations and Piketing***

في كثير من الاجتماعات أو المؤتمرات توجد جماعات معارضة لانعقاد المؤتمر أو معارضة للأفكار التي تطرح في المؤتمر، ويحاولون الاحتجاج ومنع دخول المشاركين الى الفندق لإثبات احتجاجاتهم. أولا يجب إخبار المسؤولين عن تنظيم المؤتمر، وإذا كان المسؤولون عن تنظيم المؤتمر يتوقعون أو يعرفون بحدوث مثل هذه الاحتجاجات، فيجب إخبار الشرطة المحلية قبل انعقاد المؤتمر، وفي الحالات الغير قانونية للاحتجاجات يتفق قسم الأمن الفندقي مع الأمن الخارجي أو مع مكاتب أمن خاصة لتوفير الحماية للمشاركين أو لمنع المعترضين من الوصول الى غاياتهم بإلغاء المؤتمر، ويجب عمل كافة الإجراءات تبعاً لتطور الموقف.

ودائماً في هذه الحالات يلعب مدير قسم المؤتمرات كوسيط بين المعارضين والمسؤولين عن المؤتمر [77].

**** الميزانيات التقديرية للمؤتمر:***

([76]) أحمد طلعت البشبيشي, الإدارة الفندقية, (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية, بدون), ص116-120.

([77]) Geoffrey Whitehead, Secretarial Practies (Made Simple), London: W. H . ALLEN and Loo . Ltd, 1977) P.152.

إن من أهم عوامل نجاح أي مؤتمر توفير التمويل اللازم للإنفاق عليه؛ ومن ثم تقوم اللجنة المنظمة للمؤتمر بإعداد ميزانية تقديرية له يبين فيها المصاريف التي يتوقع إنفاقها، وكذلك الإيرادات التي ينتظر الحصول عليها، وقد تلجأ اللجنة عند تجهيز الموازنة التخطيطية الى إعداد خريطة التعادل؛ بمعنى أن تتعادل إيرادات المؤتمر مع التكاليف بنوعيها الثابتة والمتغيرة، بما يستدعى أن يستعين منظمو المؤتمر. بمن يرعى المؤتمر من كبار رجال الأعمال أو المؤسسات الداعمة.

وبديهي معرفة مبلغ المال اللازم تواجده لحساب المؤتمر حتى يمكن الإنفاق منه، يجب أن تتم المراجعة المالية باستمرار، للتأكد من أن الإنفاق لم يتجاوز المخطط له في الموازنة التخطيطية للمؤتمر.

ومن الحكمة أن تحتجز حصة مقبولة من المال لمواجهة أية بنود إنفاق غير متوقعة[78].

**** الحساب الرئيسي Master Account***

يتم فتح حساب رئيسي لمعظم المجموعات المشاركة في المؤتمر، ويعتبر هذا الحساب مقبوضات تحوي جميع المدفوعات الخاصة بالمؤتمرات أو الحفلات.

ويجب الاتفاق مبدئياً مع المسؤولين عن تنظيم المؤتمر عن المبالغ المضبوطة التي سوف يتم دفعها من قبل المسؤولين من تنظيم المؤتمر ومن قبل المشاركين.

وممكن فتح حساب رئيسي مثلاً حساب رئيسي للمصاريف وحساب رئيسي لبعض الفعاليات الأخرى في المؤتمر.

يجب أن يحدد في عقد المؤتمر الشخص المسئول عن تسجيل واستلام المبالغ النقدية من المسؤولين عن تنظيم المؤتمر.

وتحصل دائماً المشاكل مع VIPs عندما يتم دفع فواتيرهم من قبل المسؤولين عن تنظيم المؤتمر، ولكن لا يتم توضيح نوع المصاريف مثل المكالمات الهاتفية الدولية، المشروبات، أو بعض المشتريات والهدايا.

يجب الاتفاق على هذه الأمور مع المسؤولين عن تنظيم المؤتمر والتوقيع في محضر اتفاق رسمي ونسخة من هذا الاتفاق يجب أن ترسل الى قسم الطعام والشراب.

([78]) John Moncrieff and Doreen sharp, The P.A.S, handbook (London: Macmillan Publication Limited, 1986) P. 24.

هذه الإجراءات تختلف حسب المنظمات أو الجمعيات الراعية للمؤتمر وهذه الحالات تختلف في حالة اجتماع رجال الأعمال[79].

ويجب على اللجنة المنظمة للمؤتمر أن ترسل لكل مشترك ملء استمارة التقديم، وأن يرفق شيك الاشتراك في المؤتمر، وأن ترسل له رسالة بوصول الاستمارة والشيك.

وتقوم اللجنة المالية باستلام استمارات المشاركة والحجز وتجمعيها ومراجعتها وتدقيقها حتى لا يقبل أعداد من الناس أكثر مما دبرت لهم الإقامة.

* فواتير الموردين   Supplis Charges

في بعض الحالات يكون الفندق غير مسئول عن دفع فواتير الموردين الخارجين بالنسبة لإيجار المعدات والأجهزة أو بعض الخدمات الأخرى مثل إيجار حافلات أو سيارات....الخ.

هذه الأشياء تخضع للمفاوضات والنقاش ويجب الاتفاق عليها مسبقاً. وإذا تم الاتفاق على دفع هذه الفواتير من قبل الفندق والتأكد من نوع الخدمات ومبالغ الفواتير بدقة ومواعيد سدادها. وهذه الفقرة يجب أن تكون مدرجة ضمن عقد المؤتمر، وفي بعض الحالات يتم الاتفاق بين المسؤولين عن تنظيم المؤتمر، والموردين الخارجين والفندق الذي يدفع الفواتير الى المسؤولين عن تنظيم المؤتمر حيث بدورهم يقومون بالدفع الى الموردين أو المتعهدين الخارجين.

* الحسابات الشخصية   Individual Accounts

يتوقع من المشاركين في المؤتمر تسديد حساباتهم عند مغادرتهم الفندق، ويجب أن تكون هذه الفقرة واضحة للمشاركين ومثبتة في العقد.

عندما يتم إرسال معلومات وتعليمات عن المؤتمر الى المشاركين يجب على مدير قسم المؤتمرات أن يرفق معلومات كاملة توضح هذه الحالة بدفع الحسابات الشخصية.

* إجراءات دفع الحساب (الفواتير)   Billing Procedures

قبل بدء أي مؤتمر بشهر يجب عقد اجتماع بين ممثلي الفندق والمسؤولين عن تنظيم المؤتمر لمناقشة طرق دفع الفواتير.

([79]) John Harrison, The Secretary Deskbook (London: Pitman Publishing Limited, and ed, 1995) P.30.

وطبعاً يطلب من المشاركين دفع ضمانات حجز (عربون)، ويطلب منهم دفع مبلغ إضافي عند الحضور في بداية المؤتمر، ثم يعقبه دفعة أخرى في حالة انتهاء المؤتمر، ثم تصفية الحسابات عند مغادرة الضيوف.

وهذا يعتمد على نوعية الدفع وعلى سمعة الجمعيات أو المنظمات التي أقامت المؤتمر وفي بعض الحالات يتم تسديد كافة الحسابات بعد انتهاء المؤتمر بأيام معينة.

وفي بعض الحالات لبعض المنظمات يطلب منها تسوية الحسابات أو دفع الفواتير قبل انعقاد المؤتمر.

**** المكافآت والبخشيش Gratuities***

طبعاً في كثير من الدول تكون تكلفة الخدمة هي 15% مقطوعة من ضمن الفواتير، ويجب توضيح هذه الحالة الى المسؤولين عن تنظيم المؤتمر والى المشاركين، ولكن في كثير من الدول لا توجد تكلفة الخدمة وتكون طوعية حسب الخدمة ويجب الاتفاق عليها مع المسؤولين وتوضحيها الى المشاركين.

ومن هذه الخدمات:

1. البخشيش الذي يدفع الى حاملي الحقائب مثلاً تحديد 1$ لكل حقيبة.

2. البخشيش الذي يدفع الى عامل الخدمة في المطعم يتراوح من 10%- 20$ من قيمة الفاتورة.

3. إعطاء بعض البخشيش الى الموظفين والمشرفين.

كل هذه الحالات يجب أن توضح الى المسؤولين عن تنظيم المؤتمر والى المشاركين، ويجب أن يتم الاتفاق عليها بين مدير قسم المؤتمرات والمسؤولين عن تنظيم المؤتمر على نسبة البخشيش للموظفين والمشرفين.

يتم الدفع نقداً ويكون دائماً بعد انتهاء المؤتمر ويوضع البخشيش لكل عامل أو موظف في مغلف ويسلم لها، ويتم توقيع الموظف على الاستلام، يجب عدم دفع أي بخشيش مقدماً ويجب على مدير قسم المؤتمرات توضيح هذه الأشياء الى المسؤولين عن تنظيم المؤتمر لأنها تعامل كرشوة إذا تم دفعها مقدماً. فالعامل يقدم خدمة على قدر البخشيش الذي استلمه العامل مقدماً.

ويتم إعطاء البخشيش والهدايا ورسائل شكر الى مدير قسم المؤتمرات أيضاً.

*** إيجار المعدات Rental Equipment**

في كثير من الحالات يساعد موظفو الفندق المسؤولين عن تنظيم المؤتمر في إيجار بعض المعدات، وإذا وافق الفندق على هذه المساعدات فيجب على مدير قسم المؤتمرات تأكيد مواعيد استلام وإعادة المعدات والأجهزة ويجب حفظها في الفندق في أماكن أمينة خوفاً عليها من العبث أو الكسر ويجب التوقيع على استلام المعدات وتسليمها.

في بعض الحالات يتم الاتفاق بان الفندق نفسه يقوم بإعادة المعدات والأجهزة فيجب الاتفاق عليه مسبقاً ومحاسبة تكاليف نقلها [80].

*** التقييمات Evaluations**

كل اجتماع أو مؤتمر يعتبر فرصة تعلم جديدة لكل الأطراف، يجب على إدارة المؤتمر تنظيم الجهود الجدية لتحديد كيفية تحسين مستويات الخدمة المستقبلية في حالة انعقاد مثل هذه الفعاليات فيجب مناقشة السلبيات ومحاولة تجنبها مستقبلاً ومناقشة الايجابيات ومحاولة تحسينها مستقبلاً.

*** تقييم المسؤولين عن تنظيم المؤتمر Meeting Planners Evaluation**

يجب على إدارة المؤتمر أن تشجع المسؤولين عن تنظيم المؤتمر على التقييم والنقد البناء لعملية تنظيم المؤتمر، عدة فنادق تستعمل نماذج معينة ترسلها الى المسؤولين عن تنظيم المؤتمر لغرض تقييم المؤتمر وتقييم الخدمة والتنظيم والمرافق العامة والغرف...الخ.

*** تقييم الموردين أو المتعهدين Evaluation From Supplies**

يجب على أدارة المؤتمر أن يدعو الموردين الى الاجتماع الأخير بعد انتهاء المؤتمر لشرح وجهة نظرها وتقييم الجوانب التي تهمهم، ويتم دعوة الموردين أو المتعهدين أو المستفيدين الذين شاركوا في النقاط التالية للاجتماع:

- أجهزة الفيديو.
- مكاتب المؤتمر.
- عقود خدمة المعارض.

---

(80) مصطفى السيد سعد الله, المؤتمرات, مرجع سابق, ص189.

- محلات الزهور.

- شركة النقل.

- المصورين.

- مكتب الأمن الخاصة.

- الشركات السياحية.

**** توجيه رسائل شكر وهدايا Gifts and Thanks Letters***

يجب على مدير قسم المؤتمرات إرسال كتب شكر الى المسؤولين عن تنظيم المؤتمر أو الاجتماع أو الحفلات خلال 24 ساعة من مغادرة الفندق، وكذلك إرسال هدايا عينية تمثل الفندق مع رسائل الشكر.

خطابات الشكر:

لابد بعد أن ينتهي المؤتمر من توجيه خطابات شكر لكل المشاركين في المؤتمر بأسلوب رقيق مهذب ترسل الى مستحقيها.

إن الهدف من إرسالها والسرعة في توجيهها هو إعطاء انطباع لهؤلاء الأشخاص بأن الوقت الذي قضوه في المؤتمر والجهود التي بذلوها قد لاقت التقدير المناسب من المؤتمر(81).

إضافة أن توجيه رسالة تقدير ليس فقط للمشاركين، بل لابد أن تشمل العاملين في لجان المؤتمر، وخاصة العاملين في خدمات المؤتمر من مراسلين وسائقين وعمال تليفون وكهرباء وغيرهم من الدرجات الدنيا، بتوجيه شهادات أو خطابات شكر(82). كأن القائمين على المؤتمر يقولون أنه لولا جهود الجميع لما حقق المؤتمر هذا النجاح.

ويفضل أن يتم تقدير تلك الفئة من العاملين في الدرجات الدنيا فوراً في مكان عقد المؤتمر، وعدم تأجيل ذلك إلى يوم أخر.

---

(81)Geoffrey Whitehead, Secretarial Practies (Made Simple), London: W. H . ALLEN and Loo . Ltd, 1977) P.155

(82)John Moncrieff and Doreen sharp, The P.A.S, handbook (London: Macmillan Publication Limited, 1986) P. 33



الفصل الرابع

بحوث ومعارض المؤتمرات وأخطائها

الفصل الرابع

بحوث ومعارض المؤتمرات وأخطائها

- ☜ بحوث المؤتمرات.
- ☜ معارض المؤتمرات.
- ☜ أخطاء المؤتمرات.

الإعداد لبحوث المؤتمرات

مقدمة:

خطأ كبير يعتقده البعض بأن البحث في المؤتمرات مثل البحث في مجلة. فالبحث في المؤتمرات أو تقديمه على صورة ملصق يحتاج إلى إعداد بطريقة تتناسب مع طريقة العرض المطلوبة.

فأبحاث المؤتمرات تختلف خصائصها عن الأبحاث المنشورة في دوريات علمية اختلافاً واضحاً على النحو الذي يمكن إيجازه في الجدول التالي:

بحث منشور في دورية	بحث على صورة ملصق	بحث للإلقاء في مؤتمر
- يتوقف مدى نجاحه على كتابته. - لا يسمح بالحوار المباشر مع صاحب البحث - يسمح للقارئ بالرجوع إلى البحث تبعاً لحاجته. - لا يحتاج إلى جمهور لنشره. يقع على الكاتب العبء الأكبر لفهم مضمون البحث.	- يتوقف على طريقة عرضه. - يسمح بالحوار مع عدد محدود. - يسمح للقارئ بالرجوع إلى البحث في فترة محدودة (مدة العرض). - الوقت المحدد لعرض الملصق يسمح بتواجد أفراد معدودين على فترات.	- يتوقف على العرض والإلقاء. - يسمح باشتراك جميع الحاضرين في الحوار. - ينتهي الحوار بين مقدم البحث والحاضرين بانتهاء إلقائه. - يحتاج إلى جمهور في وقت محدد ولفترة محددة. - يقع على مقدم البحث العبء الأكبر في إفهام الحاضرين لمضمون البحث.

البحوث المقدمة في المؤتمرات:

إن التفاعل في البحث المنشور هو تفاعل بين القارئ والباحث، بينما في بحوث المؤتمرات فالتفاعل يكون بين مقدم البحث والحاضرين. وكثيرا من الأحيان ما يحتوي البحث المقدم للإلقاء

على معلومات هامة ومفيدة، لكن لا يستوعبها الحاضرون للطريقة الخاطئة التي يقدمها الباحث، ويرجع ذلك إلى عدة عوامل منها:

- كم المعلومات المقدم في الوقت المحدد للإلقاء.

- عدم تقدير الحاضرين. لخلفية الموضوع.

- عدم تقدير الحاضرين لطريقة مقدم البحث في الإلقاء أو عرض الموضوع.

أهمية بحوث المؤتمرات[83] **:**

التحدث إلى مجموعات جزء أساسي في إعداد أي باحث منذ بدء حياته العلمية، فبحوث المؤتمرات مهمة:

1. لأننا في مجتمع العلم به أصبح متشبعاًُ بدرجة كبيرة، بحيث أن أي شخص لا يستطيع أن يستوعب كل المعلومات المتاحة. وفي هذه الحالة المؤتمر وسيلة للاستيعاب والفهم من خلال الإلقاء والناقشات التي تتم بين الباحثين.

2. قد يساعد البحث بأن يفسر بعض النتائج التي لم يتمكن البعض من الوصول إليها.

3. يساعد في عملية النشر العلمي والمعرفي بسهولة Flow of information.

4. التفاعل بين المشتغلين في فرع العلم الواحد كأنهم أسرة متكاملة، وإنني بهذا أعمل بحثاًً بما لا يتيسر لي في المجالات العلمية الأخرى. فاستيعاب المعلومات من المجلات يكون محدودا، لكن في المؤتمرات تستوعب وتفهم من المحاضر، بل تناقشه، وتسأل إذا غاب عنك شيء، وتفهم من الباحث ما لا تعرفه من تخصص، وهذا يفيد غير المتخصصين كثيراً.

5. يساعد على الحكم الصحيح على الباحثين، ولا يكون الحكم عليهم فقط طبقاً لمساهماتهم في المجلات العلمية المتخصصة.

فعادة ما يطلب من الباحث إلقاء موضوعات تتصل بدراسته، وهذا ما يساعد الباحث على صقل قدراته في إبراز الموضوع المطلوب منه بالتوجيهات من المشرفين ومن خلال مناقشات الحاضرين. فإذا لم يتعود طالب البحث على إلقاء البحوث منذ بدء دراسته، صعب عليه مواجهة المجموعات كلما كبر. وهذه ظاهرة واضحة بصفة عامة عند المشتغلين بالبحوث خاصة، وأقل وضوحاًً فيمن يمارسون التدريس والتدريب بجانب عملهم البحثي.

([83]) الكتابة العلمية، دورة تدريبية عقدت في جامعة القاهرة 1992 بعنوان الكتابة العلمية.

وفي السطور التالية سنتعرض للنواحي المختلفة التي تساعد على تقديم البحث بصورة أفضل.

على مقدم البحث أن يسال نفسه سؤالين قبل إعداد البحث للإلقاء:

أولا: *ما طبيعة الحاضرين لسماع البحث؟*

ثانياً: *ما الهدف من تقديم هذا لبحث على هذه الصورة إلى المؤتمر؟*

- فبالنسبة للسؤال الأول من سيحضر للاستماع إلى البحث؟ وما هو الهدف من حضورهم؟ والخلفية العلمية لهم؟

- وبصرف النظر عن موضوع البحث فإن طريقة تقديمه تتوقف في المقام الأول على الخلفية العلمية للحاضرين. وهذا لا يعني بالقطع أن يتخذ مقدم البحث المستوى الأقل معرفة لكي يبنى عليه أساس شرح موضوعه.

- فإذا تنوع مستوى الحاضرين من حيث عمق المعرفة في هذه الحالة، يبدأ مقدم البحث بأساس عام للموضوع، ثم ينتقل إلى النواحي التخصصية لموضوع البحث في إطار واضح ومختصر من الإيضاحات العامة.

- ونؤكد بأن التفاعل بين الباحثين يعطي نوعاً من التعاون بينهم خاصة عندما يكون المشاركون من عدة أقطار عربية أو غير عربية، مما يساعد على التعاون، ويفتح مجالات للتفاعل الذي لا يمكن أن ينشأ في البحوث والدوريات العلمية.

- وبالنسبة للعرض فإن الكثير من الحاضرين يبدأ في عرض الموضوع من منظور واسع، ثم يبدأ في إعداد الأدلة ووسائل الإيضاح المدعمة للفكرة التي يدور حولها البحث.

- وبمعنى آخر يجب أن يحدد مقدم البحث الخلاصة التي يود أن يخرج بها الحاضرون من بحثه، ثم يبدأ في إعداد الأدلة ووسائل الإيضاح المدعمة للفكرة التي يدور حولها البحث.

- وبالرغم أن هذه النقطة قد تبدو سهلة ومنطقية إلا أنها من أصعب الأمور عند المبتدئين الذين يحاولون تغطية أكبر قدر من الجوانب المتعلقة بالموضوع دون التركيز على هدف واحد للبحث.

- ومن النقاط التي يجب تفهمها ومراعاتها أن هناك فرقاً بين قراءة معلومات مطبوعة وبين استيعاب معلومات مقدمة على صورة محاضرة.

- في المرجع يمكن للقارئ الرجوع للجداول أو الرسومات البيانية لفهم النقاط غير الواضحة من كتابة البحث. وهذه الإمكانية غير متاحة في البحوث الملقاة. فإذا كان من المتعارف عليه في الكتابة العلمية أن لكل مقطع من الكلام فكرة أو نقطة محددة، فإن البحث الملقى بأكمله يفضل أن يدور حول فكرة واحدة، على أن يدعم هذه الفكرة الأسس المستنبطة من نتائجه ودلالاتها.

- والنقطة الهامة كيف أعرف أن هذا البحث جيداً أو غير جيد، خاصة عندما أقرأ بحثاً في مجلة، وأقارنه عندما يكون في مؤتمر، ومن خلاله أحكم على الباحث. لهذا تعتبر بحوث المؤتمرات جزءاً أساسياً من التكوين العلمي، وتعتبر مجالاً حياً للحكم الصحيح على الباحث.

أ-كتابة البحث للإلقاء:

في كثير من الأحيان يمكن للمتمرس بالمؤتمرات من إلقاء بحثه دون إعداد مسبق، يساعده في ذلك خبرته العلمية الواسعة في مجاله وممارسته المتعددة لإلقاء البحوث بالمؤتمرات، مما يجعله في غير حاجة مسبقة لإعداد البحث. غير أن هذا لا ينطبق على كثير من الحالات. فبدون إعداد مسبق ومنظم يجد مقدم البحث صعوبة بالغة في تقديمه بالصورة المثلى، وفي الوقت المحدد للإلقاء. على أن إعداد البحث مكتوبا لا يعني أن يقدم بطريقة قراءة النص المكتوب. فإعداد البحث في صورته المكتوبة هو الخطوة الأولى، وليست الأخيرة لحسن تقديم بحث في مؤتمر، حيث أنني لا أستغل حاسة واحدة، بل الميزة الهامة في بحوث المؤتمرات والإلقاء، أنني أستغل حاستين للشخص الذي يشارك في المؤتمر وهما: حاستا السمع والبصر، فالاثنتان مكملتان لبعضهما، مما يزيد من فعالية عملية الاتصال بين الملقي والملقى إليه.

والخطوات التالية تساعد في سلامة إعداد البحث للمؤتمر [84]:

- إعداد الإطار العام للمحاضرة في حدود الزمن المحدد للإلقاء، فإذا ما افترضنا أن الزمن المسموح به لإلقاء البحث هو 30 دقيقة، يقسم البحث إلى مقدمة وصلب البحث (التجارب ونتائج ومناقشتها) ثم الخلاصة، فإذا ما سمحنا بثلاث دقائق لكل من المقدمة والخلاصة يتبقى 24 دقيقة للجزء الأساسي للبحث. وفي هذه الحالة تحدد الأساليب والأدلة المدعمة لوجهة النظر التي يتبناها البحث. فإذا كانت 6 نقاط مثلا يقسم الزمن بواقع 4 دقائق لكل نقطة.

- يترك جانبا المقدمة والخلاصة ويبدأ بكتابة كل نقطة من نقاط الجزء الأساسي من البحث، فإذا ما احتاج شرح كل من النقاط السابق تحديديها كأساس لدراسة أكثر من 4 دقائق، يعيد مقدم البحث تقييم الأدلة المختلفة بحيث يمكن التركيز على عدد أقل من الأدلة

([84]) الكتابة العلمية، دورة تدريبية عقدت في جامعة القاهرة 1992، شارك فيها الباحث.

الكافية لتدعيم وجهة نظرك في البحث، وعلى سبيل المثال: لا داعي لكل النتائج التي توصلت إليها، يكفي فقط إبراز النتائج المدعمة لوجهة النظر للبحث.

- مع بداية كتابة الموضوع يجب الأخذ في الاعتبار وسائل الإيضاح التي قد تستخدم في شرح الموضوع، إذ أنها ستأخذ جزءاً من الوقت المحدد لتقديم البحث، فإذا ما قرر استخدام الشرائح Slides أو الشفافات Transparency يجب الإشارة إليها أثناء الكتابة، ويحسن أن يكون على هوامش الصفحات، ويجب استغلال تلك الإمكانيات استغلالا جيداً، لأنها قد تكون مهمة للبحث لما بها من ناحية تشويقية، ولا بد أن أستعين بها عند الحاجة، لكن ننبه إلى عدم النظر إليها دوماً، وكأنني أبقى معها، بل لابد من التنويع في استخدامها في الوقت اللازم، خشية أن يضيع زمن المحاضرة في استخدامها الزائد.

- نرجع مرة أخرى إلى المقدمة، وذلك لتقديم فروض واضحة للدراسة مع تقسيم كل فرض إلى أقسام رئيسية وفرعية، تبعاً لما سيتم مناقشته في صلب البحث. وأهمية المقدمة أنها تعطينا مدخلاً للموضوع، لأوجه ذهن المستمع لما سأصل إليه، وتزداد أهمية المقدمة إذا كانت نهاية البحث متفقة مع المقدمة لتثبت في ذهن المستمع.

-إعادة تقييم البحث بعد كتابته:

يجب إعادة الترتيب مرة أخرى للأجزاء المختلفة تبعاً للتسلسل المنطقي المقنع. وفي هذا الصدد يجب التفرقة بين اقتناع مقدم البحث بما فيه واقتناع الحاضرين لسماعه. كذلك يجب عند إعادة البحث مراعاة الفرق بين البحث المكتوب والملقى.

ويحسن أن يستخدم الباحث المعايير التالية عند تقييمه بحثه المعد للإلقاء.

أ- المحتوى: هل تضمن كل المعلومات الضرورية؟

ب- وسائل الإيضاح: هل هي كافية لتغطية كل المعلومات الضرورية؟

ت- شمولية الموضوع: يجب أن يكون هناك توازن بين أجزاء البحث المختلفة، بين الأدلة المعطاة للشرح والخلاصة التي يمكن الوصول بها من مضمون البحث، وأن تكون مفهومة.

ب-التدريب على كيفية إلقاء البحث:

يجب على من لا يجيد فن الإلقاء محاولة التدريب من خلال خبير في هذا الفن، أو محاولة إلقاء بحثه بين مجموعة من زملائه، ليوجهوا الباحث إلى الإيجابيات والسلبيات في الموضوع، أو إلى نبرات صوته أو أسلوبه، أو تسجيل مادته ملقاة بصوته من خلال شريط مسجل، ليحكم على

بحثه، والأحسن أن يشرك الآخرين في الحكم، ليتعرف على ما هو ناقص وما هو زائد، ولضبط الزمن المحدد لإلقاء البحث. فالذي ينشد حسن الأداء، ينشد كل الطرائق للوصول ببحثه إلى الكمال والقبول.

وهناك طريقتان لإلقاء البحث:

1. قراءة النص:

يصعب على الكثير من المستمعين متابعة إلقاء بحث بطريقة القراءة من النص المكتوب، ففي هذه الطريقة لا يلاحظ مقدم البحث ردود فعل الحاضرين على البحث ومدى استيعابهم لمضمونه. وهناك بعض الحالات التي يتمتع فيها مقدم البحث بطريقة جذابة للقراءة، ولكن القادرين على ذلك محدودون. وإن كان لابد من قراءة النص، فيجب على مقدمه أن يتدرب على ألا ينظر إلى النص المكتوب إلا على فترات متباعدة.

2. عدم الالتزام الحرفي بالنص:

وهي الطريقة المثلى للإلقاء سواء للبحوث أو المحاضرات العامة. ولا يتطلب الإلقاء بهذه الطريقة حفظ النص، إنما يتدرب المتحدث على أن يقدم المعلومات في صورة مسلسلة يستعين فيها بالإطار العام للموضوع، وقائمة بوسائل الإيضاح والإحصائيات والمؤشرات التي يحتاج إلى الرجوع إليها.

وهذه الطريقة في التقديم تجعل نبرة الصوت أقرب ما يكون للحديث العادي، والمتحدث بهذه الطريقة أميل إلى الجمل القصيرة وإعادة التركيز على بعض النقاط أو التغاضي عن بعض التفاصيل، تبعاً لما يلاحظ من ردود الحاضرين. وهذه الطريقة تساعد المتحدث على تغيير نبرة صوته تبعا لرد فعل الحاضرين. فاللغة التي تلقى في المؤتمرات تختلف عن اللغة المكتوبة، حيث تستخدم فيها الجمل القصيرة، لكن في الكتابة قد تمتد جملها وتطول. لأن استخدام الجمل الطويلة في الإلقاء يفقد المستمع المتابعة. لهذا نؤكد على استخدام الجمل القصيرة كلما أمكن.

وللتدريب على إلقاء بحث دون الالتزام بالنص يتطلب قراءة النص عدة مرات لاستيعاب ما فيه، ثم يبدأ في التدرب على إلقاء جزء جزء، بصوت مرتفع مع مراعاة عدم الالتزام بالنص الحرفي المكتوب، وإنما التركيز على الأسس، وإعادة صياغة الجمل أثناء الإلقاء لتؤدى نفس المعنى، فالمهم هو إيصال المضمون إلى الحاضرين.

من المهم عند تقييم البحث ألا يحمل مقدم البحث نص بحثه كاملا معه، وإلا سيجد نفسه متجها إلى طريقة القراءة المباشرة كوسيلة غير مضمونة له، ويجب أن يكون معه قائمة بوسائل الإيضاح متتابعة لكي لا يضيع وقته في البحث عن تسلسلها. ويمكن إعداد كروت بها رؤوس المواضيع التي سيتعرض لها الملقي.

ج-أثناء الإلقاء:

هناك بعض النقاط التي يجب مراعاتها عند إلقاء البحث خاصة في البحوث العلمية:

1. التأكد من سلامة وسائل العرض سواء الخاصة بالشرائح المصورة أو الشفافات، حتى لا يتعرض مقدم البحث إلى مشاكل الحاجة إلى ضبطها أو تغييرها، مما يستقطع جزءاً من الوقت المحدد للإقاء.

2. عند عرض وسيلة الإيضاح سواء أكانت شريحة مصورة أو شفافة لا يواجه مقدم البحث الشاشة، وإنما يواجه الحاضرين على جانب شاشة العرض، مستخدما مؤشرا لشرح ما تحتويه وسيلة الإيضاح من بيانات.

3. كقاعدة عامة يجب ألا تزيد مدة عرض وشرح الشريحة المصورة أو الشفافة عن دقيقتين. فإذا كانت الشريحة محتوية على معلومات كثيرة ومتنوعة يحتاج استيعابها إلى أكثر من دقيقتين، فمن الأفضل توزيع ما بها من بيانات على شريحتين أو أكثر تبعا لحجم لمعلومات الموجودة في كل منها.

4. يجب العناية في إعداد وعرض الشرائح المصورة أو وسائل الإيضاح بصفة عامة، ففي بعض الأحيان تتحكم وسائل الإيضاح في مسار الإلقاء، لكن يجب ألا يكون عددها كبيرا، ومعدل عرضها سريعا، خشية ألا يستوعب الحاضرون ما بها من المعلومات.

د-اشتراك الحاضرين في المناقشة:

إذا كان هناك وقت مسموح للمناقشة، يجب أن يستعد مقدم البحث للأسئلة المتوقعة، وهي عادة تشمل مجموعتين:

- أسئلة تنشأ عن فهم خاطئ للشرح، وهذه يمكن الرد عليها بسهولة، بزيادة الإيضاحات من واقع الدراسة. ولهذا نشير إلى أهمية تكرار المعلومة الواحدة بأساليب مختلفة يزيد من استيعابها لأكبر عدد من المشاركين.

- أسئلة تعبر عن وجهة نظر معارضة وهي أصعب في تناولها، ويحسن في هذه الحالة إعادة صياغة السؤال بسؤال من جانب مقدم البحث للتأكد من فهمه للمطلوب، ثم يشير إلى أن هناك وجهات نظر متعددة في هذا الموضوع، ثم يعاد شرح وجهة نظر البحث من واقع البيانات المؤيدة لوجهة نظره. لكن لا يجب أن يقف مقدم البحث موقف الدفاع، ونؤكد أن حدود النقاش مفتوحة بلا تحديد.

هـ-الخـاتـمة:

وهو ما تؤكده في بحوث الإلقاء للتقيد بالوقت المحدد، يسمح الملقى بفترة 3-5 دقائق لتلخيص الموضوع، ولا يجب ألا يعتذر مقدم البحث عما أخذ من وقت الحاضرين، وإنما يجب أن يقول تلخيصا لموضوع بحثه، ثم يطلب أسئلة من الحاضرين. وإذا طال موضوع النقاش، فيمكن أن يعقد الباحث حلقة نقاشية مع من يناقشونه، وذلك بعد نهاية جلسات المؤتمر أو بين فترات الراحة.

معارض المؤتمرات

التعريف بالمعارض:

لقد عرفت المعارض منذ نشأة الأسواق قديماً، ولكنها اليوم تطورت في أساليبها وإجراءاتها، حيث أصبحت اليوم تقام في مختلف أنحاء العالم؛ وكثيراً ما تدعمها الحكومات، كما توجد معارض ثابتة تنشأ في بعض الدول التي تهتم بالمعارض والمؤتمرات حيث أصبحت العديد من الدول تنشئ في بلادها مقرات للمعارض والمؤتمرات، ومن الدول النامية التي تهتم بهذا الفرع نيجيريا والقاهرة.

وسيركز حديثنا على المعارض التي تقام أثناء عقد المؤتمرات، حيث يحاول منتجو بعض المعدات والآلات والسلع لفت نظر أعضاء المؤتمر والمشتركين فيه إلي سلعهم ومعداتهم[85].

ويقصد بالمعارض تقديم المعلومات والحقائق والوقائع والأفكار والآراء عن طريق معرض يختار في مكان متوسط مناسب.وتعتمد هذه الوسيلة على ترتيب الأجسام، وخاصة غير الحي منها ترتيباً مقصوداً وفق خطة موضوعية، بحيث تبرز فكرة واحدة، تصل الى المشاهد في أقصر وقت و بأبلغ تأثير.

ويستخدم المعرض كوسيلة إعلامية بإبراز صورة مجسمة عن نشاط هيئة أو مؤسسة معينة بترتيب وتنظيم معين بشكل يجذب انتباه الجمهور، وليتعرف من خلاله على جهود وخدمات هذه المؤسسة، وعن أحدث التطورات في فنون الإنتاج. ورغم أن المعرض يعتبر وسيلة إعلامية، إلا أنه يمكن استخدام وسائل إعلامية أخري في المعارض، مثل الكتيبات والنشرات والنماذج المجسمة[86].

([85]) د. مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ – تقييم)، مرجع سابق، ص75.

([86]) د. محمد بهجت كشك، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية (الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 1986، ص139.

لهذا يلجأ بعض المنظمين لهذه المؤتمرات وما يصاحبها من معارض الى المنشآت التي تود عرض منتجاتها في المعرض لتقديم بعض العون المالي الذي سيكون المقابل، هو الإعلان عن هذه المنشأت والدعاية لها ولمنتجاتها في المعرض المصاحب للمؤتمر[87].

وتقوم بعض الفنادق التي تتبع نظام السلسلة للإعلان عن إنشاء فروعها، بأنها تقدم تسهيلات لإقامة المؤتمرات، وكذلك المعارض المصاحبة لها في مراكز فيها إمكانيات إقامة عروض المؤتمر ويتوافر لديها إمكانات النقل والطيران وإقامة الرحلات بما يتلاءم مع إمكانات هذه المراكز[88].

ترتيبات عقد المعارض:

هناك ترتيبات أساسية تراعى عند التخطيط لإقامة المعارض كما يلي[89]:

1. أن يكون للمعرض غرضاً أو هدفاً تسعى الى تحقيقه.

2. تحديد نوع الجمهور الذي سيزود المعرض حتى يتناسب المعرض مع نوع الجمهور.

3. أن يتناسب مكان العرض مع نوع المعروضات وحجمها، وأن يتوافر له الإضاءة الكاملة.

4. تحديد مكان المعرض، بحيث يسهل الوصول إليه.

5. اختيار المعروضات التي تساعد على تحقيق الهدف وتوصيل رسالة محددة الى المشاهد، وترتيب المعارض بحيث تكون كل مجموعة متجانسة مع المعروضات في ركن خاص، وينبغي أن ترتب المعروضات بحيث تتكامل لتحقيق الهدف من إقامة المعرض.

6. إعداد نشرات عن المعرض ونماذج أو عينات صغيرة من المعروضات توزع على المشاهدين لمساعدتهم في تذكره.

7. تحديد المرافقين لإرشاد الزائرين وتوجيههم والإجابة على تساؤلاتهم واستفساراتهم، وتوفير سبل الراحة لهم.

ويؤخذ في الاعتبار النقاط والتساؤلات التالية[90]:

1. تاريخ إقامة المعرض؟

([87]) د. مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط – تنفيذ – تقييم)، مرجع سابق، ص78.

([88])Geffery whitehead, Secretarial Practice (Mad Simple) London: W. H. Allen and Loo ltd,1977). P152.

([89]) د. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة (القاهرة: جامعة سوهاج بدون) ص223.

(1) Franlk Jefkin, advertising, (Plymouth pl 6 :The Mand E Handbook Series, 1985) P123.

2. تكاليف استئجار المتر المربع بما تسمح له الموازنة؟

3. التسهيلات المتوفرة: ماء- غاز- كهرباء، إذا تطلب ذلك؟

4. هل يوجد مكان لرجال الصحافة وهل لديهم تسهيلات؟

5. هل هناك ما يبرر إقامة المعرض المصاحب من حيث:

- *تكلفة التصميم وبناء القوائم الخاصة بالمدخل؟*

- *إيجار الفراغ أو طبع منشورات البيع؟*

- *تقديم واجبات الضيافة.*

6. إذا كانت المنظمة التي سوف تقيم المعرض المصاحب ذات نشاط اقتصادي مثل:

- *لديها الشيء الجديد الذي تعرضه؟*

- *المعروضات التي تعلن عنها تستطيع منافسة مثيلاتها؟*

- *ما هي المزايا التي تعود على المؤسسة وهل يمكن تعيين وكلاء موزعين جدد؟*

لهذا أصبحت سياحة المؤتمرات والمعارض نمطا سياحياً هاماً ينطوي على إنفاق سياحي كبير، فرصته أكبر لتسليط الضوء على المقصد السياحي للدولة. ويعتبر مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات الواجهة الحضارية الرئيسية لهذا النمط السياحي، لما يتوافر فيه من إمكانات فنية وتكنولوجية وكوادر بشرية صاحبة خبرة في التنظيم والتسويق[91].

وخلال العام 1999م عقد بمركز القاهرة للمؤتمرات 112 حدثاً متنوعاً من بينها 21 مؤتمراً، 32 معرضاً، وتم تنظيم 9 مؤتمرات مصحوبة بمعارض، و50 حفل مهرجان، وقد نجح المركز في جذب عدة شركات دولية لتنظيم المعارض مثل شركة I I R الانجليزية وشركات Fairtrads الألمانية وغيرها[92].

الأخطاء الشائعة في عقد المؤتمرات

---

(91) د. سامي الشريف، الإعلام السياحي، مرجع سابق، ص175.
(92) المرجع السابق، ص176.

المؤتمرات أياً كان نوعها أو مستواها تواجه في لحظة ما من لحظات انعقادها خطأ ما. قد يكون هذا الخطأ صغيراً يمكن تجاوزه بسهولة ودون أن يشعر أحد به. وقد يكون الخطأ بصورة أكبر ويشعر به ضيوف المؤتمر.. وبالتالي لابد من سرعة مواجهته والقضاء عليه في نفس لحظة حدوثه قبل أن يستشري ضرره، فيبدو كالبقعة السوداء في الثوب الأبيض.

ولكي نتعرف على الأخطاء الشائعة التي تحدث في المؤتمرات بأنواعها المختلفة علينا بداية التعرف على منشأ ذلك الخطأ.. ومن ثم التعامل معه بالكيفية والحسم السريعين.

وأيا كانت درجة الدقة في إعداد كل كبيرة وصغيرة لازمة لنجاح المؤتمر، فلا بد للقائمين على شئون المؤتمر بداية من لجنته التحضيرية ونهاية بأصغر لجنة تم تشكيلها أن يتوقعوا حدوث خطأ ما.

وعلينا أن نعترف- ومن خلال الممارسة العملية لعدد كبير من المؤتمرات - أن قدرة اللجان على توقع الخطأ يجعلها أكثر قدرة في التعامل معه.

فالخبرة العملية تقول بأن اللجان المختلفة المشكلة لإدارة عمليات المؤتمر يكون أفرادها في حالة هدوء واسترخاء قبل بدء المؤتمر بأيام عديدة... ثم تأخذ حالة الهدوء والاسترخاء في التحول إلى حالة توتر واستنفار في الأيام والساعات القليلة السابقة على بدء أعمال المؤتمر... وبالتالي فإن الحالة الأخيرة هذه تسبب نوع من عدم القدرة على سرعة وحسم مواجهة الخطأ، تؤدي إلى زيادة الكفاءة في التعامل مع هذا الخطأ أيا كان نوعه أو مستواه.

إضافة إلى ما سبق فإن بداية الخطأ يمكن أن تكون من مجرد سائق أساء التصرف مع أحد الضيوف، أو تكون من أعلى مستوى من القائمين على إدارة المؤتمر. نعني بهذا القول أن منشأ الخطأ غير محدد، وبالتالي توقعه ودقة الحسم وكيفية التعامل معه لابد أن تكون محددة.

النجاح هو الهدف الأسمى لجميع العاملين في المؤتمر. لذا يجب إدارة عمليات المؤتمر بحيث يكون العمل عبارة عن منظومة واحدة تتحرك جميع أهدافها لتحقيق الهدف الأسمى. ويبرز هذا سؤال هام: هل يمكن تلافي الخطأ أياً كان مصدره وأيا ًكان مستواه؟

والإجابة هي نعم.. يمكن تلافي الأخطاء.. صغيرها وكبيرها..بالإعداد الجيد.. والتوقع الدقيق المبني على حسابات صحيحة.. والمنفذين الممتازين لجميع أعمال المؤتمر.

والآن دعونا نتعرف على تلك الأخطاء الممكن حدوثها.. ولنتعرف على كيفية التعامل معها:

1. أخطاء تشكيل اللجان:

من أهم أخطاء القائمين على إعداد المؤتمر هو التشكيل الخاطئ من لجان المؤتمر المنوط بها

القيام بأعباء كل كبيرة وصغيرة فيه.

فلا نتصور مثلاً أن تشكيل اللجنة العامة الأساسية للمؤتمر لا يكون رئيسها على قدرة وكفاءة وسلطة،بحيث يمكنه الاتصال بأي جهة من الجهات المختلفة التي ستتعامل معها لجان المؤتمر لتذليل كافة الصعوبات التي تواجه العمل.

كم أننا لا نتصور أن تشكيل اللجان المختلفة يكون معتمداً على أفراد قليلي الخبرة... ضعفاء الشخصية ليست لديهم القدرة الكافية من الجسارة والجرأة التي تمكنهم من مواجهة أعقد الأمور وأصعبها برباطة جأش منقطعة النظير.

كما أنه من العيب الجسيم اختيار شخصيات، وبالذات في اللجان الفنية التي تضطلع بأعباء الموضوعات، بل لا نكون متحيزين إذا قلنا أنه لابد, أن يكونوا هم أعلى مستوى في تخصصاتهم في الموضوعات التي سيتناولها المؤتمر. ولا نفضل القول بعدم المجاملة أو المحاباة في تشكيل لجان المؤتمر، لأن نجاح أو فشل المؤتمر يتعلق بسمعة المؤسسة القائمة بالمؤتمر أولاً.. وأخيراً.

2. أخطاء البيانات غير دقيقة:

ها نحن قد قمنا بتشكيل اللجان المنوط بها العمل في المؤتمر على أعلى مستوي.. قيادات حكيمة ذات سطوة.. أفراد ممتازون يجمعون الصفات الحيدة المطلوبة.. متخصصون في موضوعات المؤتمر على أعلى مستوى.. نتقل إلى الخطوة التالية.. وأظن أن لجنة المعلومات هي المكلفة في بهذه المهمة.. ألا وهي جمع وترتيب البيانات الدقيقة عن كل ما يخص المؤتمر..عن المشاركين في المؤتمر.. أعدادهم.. تخصصاتهم.. أسماؤهم الصحيحة.. وعن الوفود.. تشكيل الوفود.. وهل هي حكومة أو غير حكومة وعددها؟ هل بينهم مسئولين على مستوى VIP أم لا؟ وعن مواعيد وصولهم بالضبط- بأرقام رحلات الطيران الخاصة بهم.. أو يصلون على طائرات خاصة.

كل هذه البيانات والمعلومات الدقيقة جداً لابد وأن تقوم بتوفيرها لجنة المعلومات.. لأن أي خطأ في تقديم أو معرفة معلومة صغيرة قد يؤدي إلى أزمة كبيرة.

ولنتصور معاً ما يمكن أن يحدث لو أن لجنة المعلومات قد قدمت بيانات خاطئة عن عدد أفراد وفد ما.. وفوجئت لجنة الاستقبال بأن عدد أفراد الوفد أقل أو أكثر مما تم تبليغه لها.

بل ولنتخيل ماذا يمكن أن يحدث لو قرأ مندوب لجنة المعلومات علي زميله في لجنة الاستقبال خطأ موعد وصول وفد من الوفود.

بل أن التطرف في دقة المعلومات مطلوب جداً والى أقصى درجة. حتى وإن أدى الأمر إلى معرفة الحالة الصحية للضيوف المشاركين في المؤتمر.. لكي تستطيع اللجان المختصة مواجهة أي ظرف طارئ لضيف من الضيوف.

وهل يمكن لضيف من ضيوف المؤتمر أن يقبل من أي لجة من لجان المؤتمر أن تخطئ في ذكر جنسيته الصحيحة؟ كأن يكون ممثلاًُ لهولندا مثلاً ويقال عنه أنه يمثل سويسرا؟

وأحسب أن لجنة المعلومات لابد وأن تسعى خلف المعلومات الدقيقة التفصيلية عن الوفد.. وبلا أدنى حرج أو خجل.. فالمعلومة الصغيرة يخجل مندوب لجنة المعلومات السؤال عنها الآن، كمعرفة نوع فصيلة الدم مثلاً قد تسبب أزمة فيما بعد.

3. أخطاء التسكين:

معظم النار من مستصغر الشرر.. هذا المثل العربي ينطبق بصورة جيدة على خطأ صغير يقع من لجنة المسئولة عن إسكان المؤتمرين.

فلا عذر لهذه اللجنة في عدم تسكين جميع المشاركين في المؤتمر بدرجاتهم المختلفة.. ولا عذر لها إن لم يجد عضو صغير في أحد الوفود مكاناً لإقامته.. لنتخيل جميعاً ماذا سيقول هذا العضو الذي لم يجد مكاناً للإقامة لأصدقائه عندما يعود إلى وطنه.

وبالتالي فإن لجنة إسكان المؤتمرين من أهم اللجان.. وعليها أن تعد العدة لكافة الاحتمالات الخاصة بأعداد الوفود سواء تحملت الجهة المنظمة للمؤتمر جميع التكاليف أو كانت التكلفة مناصفة بين الجهة المنظمة والمشاركين في المؤتمر.

وفي هذه الحالة، لابد من الوضع في الاعتبار توضيح ذلك جيداً في الدعوات المرسلة إلى الجهات المختلفة أو الأفراد الذين تتم دعوتهم إلى المؤتمر.. حتى لا يحدث خطأ. وعلى لجنة الإسكان الحجز لعدد كاف لكل المشاركين.. وعلى جميع مستويات هؤلاء المشاركين.. ولذلك لابد من التخاطب مع الفنادق وأماكن الإقامة والاتفاق معها قبل عقد المؤتمر بوقت كاف، ومع الوضع في الاعتبار وجود عدد احتياطي يمكن اللجوء إليه عند الحاجة.

ومن الأخطاء الشائعة في عملية التسكين.. اختيار فندق بعيد عن مكان انعقاد المؤتمر.. ولاسيما في عاصمة يزدحم فيها المرور.. فإن نتائج هذا الاختيار الخاطئ ستكون وخيمة من حيث عدم سهولة وصول الوفود إلى مكان المؤتمر.. وزيادة تكلفة تشغيل السيارات.. اضطراب برامج اللجان الداخلية.. وعدم الدقة في مواعيد انعقاد الندوات أو مجموعات العمل المتفرعة عن المؤتمر.

كذلك فمن أخطاء مرحلة التسكين اختيار أماكن إقامة غير مناسبة لمستوى ضيوف المؤتمر مما يؤدي إلى رفض وفد ما الإقامة في مكان المحجوز له، وبالتالي خلق مشكلة جديدة تتعلق بوجوب توفير مكان آخر لهم.

وبالنسبة للمشاركين الذين يتحملون جزء أو كل التكاليف إقامتهم.. على لجنة الإسكان أن توضح بكل دقة للجنة الاتصال أسعار الإقامة والخدمات المتاحة في أماكن الإقامة لهؤلاء المشاركين قبل الوصول، حتى يمكنهم حسن اختيار أماكن إقامتهم.

وجدير بالذكر أن على لجنة الإسكان المتابعة المستمرة للتأكيد على جدية الحجز في أماكن الإقامة.

ومن الأمور الهامة المتعلقة بالتسكين أو الإسكان.. هو الخطأ الذي تقع فيه لجنة الإعاشة. فعلى هذه اللجنة أن تقوم بتقدير دقيق وجيد لكل ما يتعلق بإعاشة ضيوف المؤتمر.. والعاملين فيه بحيث لا يكون هناك إسراف أو تقتير في مواد الإعاشة يكون لها تأثير عكسي سواء على المشاركين في المؤتمر من الضيوف أو العاملين بالمؤتمر من منظمين وإداريين.. إلخ.

4. أخطاء الإعلام والمطبوعات:

إعلان قوي عن المؤتمر يؤدي حتماً إلى نجاح قوي له.. هذه حقيقة لا يمكن أن تغفل عنها اللجنة المنظمة للمؤتمر. ومن أهم الأخطاء التي تقع فيها لجنة الإعلام هي قصور الإعلان عن المؤتمر أياً كان مستوي المؤتمر: محلي أو إقليمي أو دولي.. فعدم معرفة الناس بالمؤتمر لن يجعل لديهم اهتمام بجلساته ولا بما ينتهي إليه من نتائج، وبالتي يبدأ المؤتمر وينتهي ولا يعلم أحد عنه شيئاً سوى أفراد قلائل.

فإذا ما تطرقنا إلى ذات الإعلان عن المؤتمر فلابد من القول بأن عدم وضوح الإعلان من حيث لغته وإخراجه واختيار شعاره سيحكم على هذا المؤتمر بانصراف الرأي العام عنه. ولنتخيل مؤتمراً عن مياه الشرب لم يستطع الإعلان عنه أن يستقطب اهتمام الرأي العام بأعماله ونتائجه.. كيف ستكون نتائج عدم الاهتمام ذاك؟.

خطأ آخر تقع فيه لجنة الإعلام.. هو رداءة المطبوعات الصادرة عن المؤتمر من حيث: لغتها وإخراجها وعدم دقة المعلومات الموجودة بها، فنتائج ذلك ستظهر سريعاً في عدم تفاعل المشاركين بالمؤتمر مع أعماله وموضوعاته.

ولا بد استكمالاً لهذه الخدمة التي تقدمها اللجنة المنظمة للمشاركين بالمؤتمر أن توجد خدمة إعلامية هامة، خصوصاً إذا كان المؤتمر عالمياً له تأثير على مستوى دولي واسع.. ألا وهي المراكز الإعلامية التي يستخدمها المراسلون الأجانب أو غيرهم في متابعة فعاليات المؤتمر مع دولهم ووسائل الإعلام التي يمثلونها، علي أن يتم إعداد هذه المراكز بأعلى مستوى فني. ولا يجب أن تتحجج إدارة المؤتمر بضعف الإمكانيات عن توفير هذه الخدمة الهامة.

5. أخطاء المواصلات والاتصالات:

قد يتساءل البعض عن أهمية الموصلات في نجاح أو فشل المؤتمر، وقد يندهش هؤلاء إذا قلنا أن هناك مواقف محرجة كثيرة تحدث أثناء المؤتمرات ويكون سببها الأساسي هو ضعف وسائل الموصلات.

فمن خلال الخبرة العلمية نستطيع القول بأن السيطرة على وسائل الموصلات الخاصة بالمؤتمر يعني نجاح ممتاز لفعاليات المؤتمر الأخرى.

فهل ينكر أحد أن اختيار سائقين لا يجدون التحدث بلغة أو حتى على دراية بها قد يؤدي إلى عدم فهم هؤلاء لطلبات وتعليمات من يركب معهم من ضيوف المؤتمر وبالتالي سلسلة من الأخطاء قد يكون أدناها عدم وصول ضيوف المؤتمر إلى المكان الصحيح في الوقت المناسب.

كما أن جهل السائق بجغرافية الأماكن المختلفة لمكان انعقاد المؤتمر يعتبر من الأخطاء خاصة وإذا كانت لجنة الموصلات قد أخطأت أصلاً باختيار مكان بعيد وخاطئ لإقامة الضيوف.

وأن تتفق على أن الاختيار الدقيق للسائق وللسيارة من حيث المظهر والتأمين والنظافة، وتوفير أعلى إمكانيات أو أفضل تشغيل، ووجود إشراف دقيق وحاسم وفهم لطبيعة وأهمية الدور الذي يلعبه.. ألا يضمن كل ذلك النجاح منقطع النظير للمؤتمر.

كما أن توفير العدد المناسب من السيارات بمختلف دراجتها لمختلف الضيوف المؤتمر يؤدي إلى راحتهم وتفرغهم الذهني الكامل للمشاركة الإيجابية في فعاليات المؤتمر والاتصالات مع الجهات المختلفة.. ولجنة الاتصال تقوم بتذليل كافة العقبات الخاصة بأي أجهزة أو أدوات قادمة مع المشاركين.. علاوة على تمكين المشاركين من الاتصال السريع مع دولهم.

6. أخطاء التأمين:

من أهم الأخطاء التي فيها لجنة الإعداد للمؤتمر هو إهمال التأمين اللازم لضيوف المؤتمر على كافة مستوياتهم.

فمن الأخطاء عدم إبلاغ المسئولين عن الأمن بموعد انقاد المؤتمر ولا بالمشاركين فيه، بل وكافة التفاصيل المتعلقة بوصولهم وسفرهم وجنسياتهم وكافة المعلومات الدقيقة عنهم.

كما أنه من الخطأ الجسيم عدم الاتفاق مع أجهزة الأمن على التسهيلات المطلوبة لنجاح المؤتمر.. كتسهيلات المرور.. وتأمين قاعة المؤتمر.. وأماكن الزيارات السياحية أو الميدانية التي سيقوم بها المشاركون في المؤتمر.. وتحركاتهم المختلفة. وعلينا أن نتعامل مع هذه الجزئية الخاصة بالأمن بكل جدية والتزام، حتى لا يحدث ما يعكر صفو المؤتمر.

7. أخطاء الجلسة الافتتاحية:

ها نحن قد وصلنا بعد الجهد الجهيد في إعداد كافة الترتيبات السابقة إلى الجلسة الافتتاحية.. والتي نعتبرها عنق الزجاجة في نجاح المؤتمر.

وأهمية الجلسة الافتتاحية تكمن في أن معظم المؤتمرات يصر القائمون عليها دعوة شخصية مسئولة عالية المستوى لتكون ضيف شرف الجلسة الافتتاحية، لأن هذا يستدعي إجراءات معينة تتفق مع طبيعة الحدث ومع ضيف الشرف الذي سيشرفه.

فلا يجب أن تقع إدارة المؤتمر في خطأ عدم إرسال دعوات الجلسة الافتتاحية إلى المدعوين بوقت كاف.. وعليها أن تعرف بكل دقة قبولهم أو اعتذارهم والذي يتفق مع مواعيد ضيف الشرف.

أيضاً من أهم الأمور في الجلسة الافتتاحية الالتزام التام بالقواعد المنظمة لجلوس المشاركين في المؤتمر، فإن الجهل بقواعد المراسم أو نظام الأقدمية لا يعفي إدارة المؤتمر من مسئولية جلوس مشارك أو رئيس وفد في غير مكانه ولا في أقدميته. ومن الأهمية بمكان ولا سيما في المؤتمرات ذات الصبغة الدولية على وجه الخصوص عدم الوقوع في الخطأ الخاص بأعلام الدول المشاركة في المؤتمر.. من حيث لونها وطريقة رفها وحجمها.

ومن الأخطاء البالغة التي تقع فيها بعض إدارات المؤتمرات.. هو الخطأ الخاص بحفل الشاي الذي يعقب الجلسة الافتتاحية.. فقد تختار إدارة المؤتمر مكاناً لا يتسع لعدد المدعوين.. وبالتالي يحدث إخلال بالنظام.. أو أنها تعد حفل الشاي لعدد معين وتفاجأ بأن المدعوين يزيدون عن ذلك.. أو أنها لا تحكم السيطرة على قاعة الشاي، مما يؤدي إلى دخول أشخاص غير مدعوين أو غير مرغوب فيهم. كذلك فإن من أهم الأخطاء التي يقع فيها المنظمون للمؤتمر في الجلسة الافتتاحية من تزاحم واضطراب وعدم حصول بعض المشاركين على كارنيهات المؤتمر أو البادج الخاص به.. وذلك لبطء التسجيل بسبب عدم وجود الموظفين بعد كاف مناسب لأعداد المشاركين أو لعدم توافر أماكن التسجيل.

8. أخطاء البرامج الترفيهية و الميدانية:

عادة ما تقوم إدارة المؤتمر بتنظيم برامج ترفيهية للمشاركة في المؤتمر.. أو زيارات ميدانية. لذلك من الخطأ اختيار أماكن سياحية قد يكون معظم أفرادها المشاركين زاروها من قبل.. ناهيك عن عدم إخطار مسئولي هذه الأماكن بالزيارات، وبالتالي عدم استعداد هذه الأماكن لاستقبال الوفود.. وعدم وجود خدمات وتسهيلات لهم أو عدم وجود مترجمين.. أو عدم توافر أماكن الزيارة الميدانية المناسبة للغرض من المؤتمر.

وهناك أخطاء أخرى متنوعة.. خاصة باستقبال وتوديع ضيوف المؤتمر من عدم وجود مندوبين في استقبالهم.. الى عدم وجود سيارات مناسبة.. إلى بطء وتأخر إجراءات دخولهم.. وكذلك عدم الاهتمام بمواعيد سفر الوفود وعدم الاهتمام بإعاشتهم وإسكانهم بعد انتهاء المؤتمر.

كذلك فإن هناك أخطاء خاصة بصياغة تقارير المؤتمر وتوصياته من حيث اللغة غير السليمة. البيانات غير دقيقة، الطباعة السيئة وعدم اتفاق الوفود على بعض البنود.

ومن الأخطاء الإدارية المؤثرة عدم انضباط العاملين بالمؤتمر أو ضعف قيادة جيش الإداريين العاملين بالمؤتمر. عدم التنسيق والاتصال بين اللجان المختلفة.. وبين اللجان والمقر الرسمي للمؤسسة أو الشركة أو الجهة القائمة بالمؤتمر.

ملخص بأهم الأخطاء الشائعة في عقد المؤتمرات

1. تشكيل اللجان:

- قلة خبرة الأفراد.
- المجاملة في الاختيار.

2. البيانات غير الدقيقة:

- عدم كفاية البيانات المطلوبة.
- مصدر المعلومة.

3. التسكين:

- عدم الاختيار السليم لمكان الإقامة.
- درجة الإقامة المناسبة للوفد غير جيدة.
- عدم تناسب عدد الغرف مع عدد الوفد.

4. الإعلام والمطبوعات:

- عدم وضوح الإعلان (لغة، تنسيق، إخراج).
- الإعلان في الوقت غير المناسب (صحف، إذاعة، تلفزيون).

5. المواصلات والاتصالات:

- عدم دقة الاختيار لوسيلة النقل.
- قلة خبرة السائق.
- عدم وضوح جغرافية المكان (المداخل والمخارج وأماكن الانتظار).

6. التأمين:

- عدم إخطار الأمن بمكان وتوقيت عقد المؤتمر.
- عدم توفير تسهيلات أمنية وتسهيلات المرور.

7. أخطاء الجلسة الافتتاحية:

- عدم تناسب سعة المكان مع عدد المدعوين.
- ترتيب منصة الافتتاح لقواعد المراسم.
- المحافظة على دقة التوقيتات الموضوعة والمحددة سلفاً.
- عدم اختيار المكان المناسب وسعته لإقامة الحفل الرسمي (غذاء أو عشاء).

8. أخطاء البرامج الترفيهية:

- عدم وجود مترجمين.
- عدم استعداد الأماكن لاستقبال الوفود.

9. أخطاء متنوعة:

- عدم وجود مندوبين في الاستقبال والتوديع أو في أماكن الإقامة.
- أخطاء خاصة بصياغة تقارير المؤتمر وتوصياته (من حيث اللغة السليمة، البيانات غير الدقيقة، الطباعة السيئة).
- عدم انضباط العاملين بالمؤتمر وضعف الإداريين العاملين بالمؤتمر.
- عدم التنسيق بين اللجان المختلفة.



الفصل الخامس

لجان وبرامج وخطابات المؤتمر

الفصل الخامس

لجان وبرامج وخطابات المؤتمر

- ☜ أعمال لجنة التنسيق.
- ☜ أعمال اللجنة الإعلامية (العلاقات العامة).
- ☜ أعمال اللجنة العلمية.
- ☜ أعمال لجنة الترويج.
- ☜ أعمال لجنة السكرتارية والخدمات.
- ☜ أعمال لجنة التسجيل.
- ☜ أعمال اللجنة المالية.
- ☜ أعمال لجنة التقييم.
- ☜ محتويات غرفة عمليات المؤتمر.
- ☜ برامج المرافقين.
- ☜ خطابات المشاركة في المؤتمرات.

لجان المؤتمرات

إن تنظيم المؤتمرات يحتاج الى قوى بشرية متخصصة ومساندة، ولا يمكن لشخص واحد أن يقوم بمفرده بقيادة هذه العملية، بل لابد أن تعاونه لجان ذات اختصاصات مختلفة، يسودهم جميعاً روح الرضا، لاقتناعهم بأهمية إنجاح المؤتمر.

ويتوقف نجاح المؤتمر على كفاءة أداء أعضاء اللجان لواجباتهم بكل دقة وعناية، ومن ثم يفضل اختيار الأعضاء الأكثر تعاوناً والأكثر استعداداً لتلبية أية طلبات.

ويجب أن تتسم العلاقة بين اللجان التنظيمية بالتعاون التام، لأن كل عضو لن يعمل بمفرده عن الآخر؛ بل لابد أن تكون هناك عملية متصلة لتبادل المعلومات والتعاون المستمر، ويختار لكل لجنة رئيس، ويكون للمؤتمر رئيس ويساعده أمين عام للمؤتمر.

فما نقدمه في هذا الفصل ما هو إلا مقترحات للجان المؤتمرات، حيث عايش الباحث العديد من المؤتمرات الدولية والعربية والمحلية واطلع على العديد مما كتب عن لجان المؤتمرات، فما ستستعرضه من لجان لا ينطبق على كل المؤتمرات، إضافة الى أن مسميات اللجان ورؤسائها تختلف من بلد إلى بلد، لذلك للهيئة المسؤولة عن المؤتمر أن تشكل اللجان التي تراها ضرورية، ويؤخذ في عين الاعتبار النقاط التالية[93]:

- اعلم أنه لا توجد قاعدة ثابتة لكيفية تشكيل اللجان، لكن الأمر يخضع لرؤية اللجان التحضيرية والرئيس والأمين العام للمؤتمر؛ حيث تؤخذ بعين الاعتبار نوع المؤتمر وحجمه ونوعية المشاركين.
- هناك وجهة نظر تؤيد فكرة تضييق عدد اللجان الى أقصى ما يمكن، ووجهة نظر أخرى ترى ضرورة التوسع في عدد اللجان لتفتيت المسؤولية وتحديدها بالدقة.

لهذا ما سنستعرضه من لجان ما هو إلا لمجرد والتعرف عليها، ويمكن للعاملين في المؤتمرات الاسترشاد بها والاستفادة منها إما بالدمج أو اختيار ما تراه مناسباً؛ وإن كان يفضل ألا نخرج عن تغطية الحالات التالية:

- النواحي المالية.
- النشاط البحثي.

([93]) للمزيد راجع:
1- د.مصطفي السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ- تقييم)، مرجع سابق.
2- د.أحمد أبو السعيد، مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (برنامج الإعداد للمؤتمرات)، غزة 1993.

- النشاط الإعلامي والعلاقات العامة.

- النشاط الاجتماعي والخدمات الإدارية.

أعمال لجنة التنسيق (اللجنة المنظمة)(•).

قبل المؤتمر:

1. تحديد اللجان العاملة في المؤتمر.
2. تحديد أسماء ورؤساء اللجان.
3. تحديد مهام اللجان.
4. تحديد موعد اجتماع لجنة التنسيق.
5. تحديد مواعيد اجتماعات المتابعة الدورية مع اللجان.
6. دراسة خطط عمل اللجان وإعطاء الموافقة عليها.
7. تحديد بدايات العمل الفعلي للجان.
8. اعتماد الموازنة العامة للمؤتمر اعتماداً علي الموازنات المقدمة من اللجان المختلفة.
9. إعداد خطط الطوارئ البديلة.
10. تحديد مواعيد متابعة اللجان أثناء انعقاد المؤتمر.
11. تحديد موعد الاجتماع برؤساء اللجان.

أثناء المؤتمر:

الاجتماعات الدورية للمتابعة مع رؤساء اللجان.

بعد المؤتمر:

1. الاجتماع برؤساء اللجان المختلفة.
2. اعتماد الميزانيات المقدمة من اللجان.
3. اعتماد الميزانية النهائية.
4. تكريم العاملين.
5. إعداد التقرير النهائي.

اللجنة الإعلامية (العلاقات العامة)

• هناك من يسمى هذه اللجنة بإسم اللجنة التحضيرية للمؤتمر.

أولاً: قبل المؤتمر:

1. تسمية أعضاء اللجان.
2. تحديد مهام ومسؤوليات اللجنة.
3. تحديد مواعيد ولقاءات اللجنة.
4. وضع الخطة الإعلامية الشاملة عن المؤتمر.
5. الإعلان عن الحدث.
6. التنسيق مع وسائل الإعلام المختلفة.
7. إعداد المادة التحريرية للمطبوعات عموماً.
8. تزويد وسائل الإعلام بمعلومات وتقارير ومقابلات وأحاديث عن المؤتمر.
9. إعداد قوائم المدعوين والمشاركين.
10. المشاركة مع اللجان الأخرى في طباعة النشرات والملصقات والكتيبات وبطاقات التسجيل والتعريف.
11. طباعة بطاقات الدعوة.
12. إعداد وتصميم الملصقات بأنواعها.
13. تصميم الشعار.
14. إعداد الموازنة.
15. حصر أعداد العاملين في اللجنة كلها وتوجيههم.
16. إنهاء إجراءات الوصول بالنسبة للقادمين.
17. إعداد المركز الإعلامي وتجهيزه بالأجهزة اللازمة(هاتف- فاكس- أجهزة تصوير- كمبيوتر- إنترنت).

ثانياً: أثناء المؤتمر:

1. القيام بدور الاستعلامات في الموقع.
2. تنظيم المؤتمرات الصحفية.
3. إصدار النشرات الصحفية (نشرة يومية والإشراف علي توزيعها).
4. توزيع المطبوعات والكتيبات.
5. تقديم معلومات الإجابة عن الاستفسارات.

6. إعداد التقارير الإعلامية اليومية.
7. متابعة كل ما ينشر في وسائل الأعلام.
8. القيام بالتوثيق والتسجيل والتصوير.
9. تنظيم الجولات والبرامج الاجتماعية والحفلات والمآدب وحفلات الشاي.
10. إجراءات السفر.

ثالثاً: بعد المؤتمر:

1. تحليل المضمون.
2. متابعة التغطية الإعلامية للحدث ونتائجه وتوصياته إن وجدت.
3. تقييم الحدث ودراسة نتائجه.
4. قائمة بأسماء الإعلاميين الذين حضروا المؤتمر.
5. نشر تقرير عن المؤتمر في الوسائل الإعلامية المختلفة.
6. مد الإدارة العليا بكل ما قيل عن الحدث في الصحف والوسائل الإعلامية المختلفة.
7. عمل نشرة تفصيلية توزع على العاملين حول المؤتمر.
8. إعداد خطابات شكر وتقدير.
9. تكريم العاملين المشاركين.
10. تكريم الإعلاميين.
11. إعداد ميزانية اللجنة.
12. إعداد تقرير نهائي عن المؤتمر.

أعمال لجنة البرنامج(اللجنة العلمية)

قبل المؤتمر:

1. تسمية أعضاء المؤتمر.
2. تحديد المسؤوليات والمهام.
3. تحديد أسلوب متابعة البرنامج.
4. تحديد أسلوب ومواعيد وأماكن الاجتماعات باللجان المختلفة.
5. تحديد أسماء الدول والجهات المختلفة.
6. تحديد أسماء اللجنة العلمية الفرعية المتخصصة في الحكم على البحوث.

7. تحديد معايير المتحدثين في المؤتمر من النواحي العلمية (خبرات- تخصصات... الخ).
8. تحديد أسماء الشخصيات الهامة.
9. إعداد نماذج الخطابات المختلفة.
- خطابات مخاطبة المرشحين.
- خطابات متابعة الردود.
- خطابات التأكيد لمن تم اختيارهم.
- نماذج صحف الاستقصاء.

10. تحديد المطبوعات المرسلة مع خطابات المرشحين.

11. فرز وتصنيف البحوث العلمية طبقاً للمعايير الموضوعة.

12. تحديد المطبوعات المطلوبة من اللجنة المختصة بعد ذلك وبيان مواصفاتها وإعدادها.

13. إرسال خطابات قبول البحوث العلمية طبقاً للمعايير الموضوعة.

14. إخطار اللجان المعينة بأعداد المرشحين الذين وقع عليهم الاختيار.

15. تحديد الاحتياجات من الغرف.

16. تحديد الاحتياجات من المرافقين.

17. تحديد الاحتياجات من السيارات.

18. تحديد مواعيد ونهاية الجلسات.

19. تحديد أسماء رؤساء الجلسات والمعقبين والمتحدثين.

20. وضع تصور كيفية إدارة الجلسات (توجيه الأسئلة، توزيع الميكروفونات، مجموعات).

21. وضع التصور النهائي للبرنامج.

22. إخطار لجنة المطبوعات بالبرنامج النهائي.

23. وضع تصور الموازنة.

أثناء المؤتمر:

متابعة تنفيذ وقائع المؤتمر طبقاً للخطة الموضوعة.

بعد المؤتمر:

1. تسوية الحسابات المالية مع اللجنة المالية.
2. كتابة خطابات الشكر.
3. كتابة التقرير النهائي.

لجنة الترويج

قبل المؤتمر:

1. تسمية أعضاء اللجنة.
2. تحديد مهام ومسئوليات اللجنة.
3. تحديد مواقع ومواعيد اللقاءات.
4. استعراض أهداف المؤتمر بالتفصيل بهدف الترويج طبقاً لهذه الأهداف.
5. تحديد النشاطات المصاحبة للمؤتمر (النشاطات الجانبية على هامش المؤتمر).
6. تقرير إذا ما كان سيتم إقامة المعرض أم لا.
7. تقرير ما إذا كانت هناك شركات ستتكفل بالمؤتمر أو نشاطاته.
8. تحديد أماكن العرض المتاحة ومواصفتها (المساحة- التجهيز- التقسيم- القوى الكهربائية- الوسائل السمع بصرية- الديكور).
9. تحديد طريقة التعامل والإيجار.
10. تحديد طريقة التعامل مع الجهة التي يقام بها المعرض (الفندق مثلا).

11. الحصول على التراخيص الحكومية اللازمة لهذا النوع من النشاط.

12. تحديد الجهات التي يهما العرض في المؤتمر.

13. تحديد نوع الرسائل الترويجية المناسبة لتلك الجهات (إعلامية وإعلانية).

14. تحديد الوسائل الإعلامية المناسبة لتلك الجهات لإرسال مثل هذا النوع من الرسائل

15. عمل حملة إعلانية إعلامية.

16. متابعة تنفيذ الحملة الترويجية طبقاً لما هو محدد لها.

17. عمل التعاقدات مع الجهات العارضة.

18. تحديد الموازنة المطلوبة من نشاط اللجنة.

أثناء المؤتمر:

1. متابعة تنفيذ المعرض طبقا للاتفاقيات المعقودة.

2. التعاون مع لجنة الأعداد في توثيق وتصوير المعرض بمختلف أنواع التصوير.

بعد المؤتمر:

1. عمل أرشيف لصور المعرض لاستخدامه لاحقاً.

2. عمل الميزانية الكاملة لنشاطات اللجنة.

3. التاريخ المناسب لكل من ساهم في أعمال ونشاطات اللجنة.

4. إعداد التقرير النهائي.

لجنة (السكرتارية والخدمات)

قبل المؤتمر:

1. تسمية أعضاء اللجنة.

2. تحديد مواعيد ومواقع اللقاءات الدورية.

3. الموقع.

- *السعة والتجهيزات.*

- *المستوى/ الخدمة.*

- *موقف السيارات.*

- *الموقع بالنسبة للمدن.*

- *الأمن.*

- *الحجرات (الغرف).*

- *المسجد.*

- *التسهيلات المختلفة.*

- *التكلفة.*

- *عمل الزيارات لمختلف المواقع البديلة.*

- *التأكد من صلاحية الموقع المختار وملاءمته لنوع وطبيعة المؤتمر.*

- *زيارة الموقع المحدد.*

- *إجراء الاتصالات والمفاوضات اللازمة.*

- *تحديد الموقع البديل في حالة الطوارئ.*

- *تحديد كل التفاصيل المالية الخاصة بهذا الموقع.*

- *الاتفاق النهائي كتابة على الموقع.*

4. إمداد لجنة الترويج بكل تفاصيل الموقع المختار.

5. رصد كل الاحتياجات اللازمة للموقع.

6. الاتصال بلجنة البرنامج للحصول منهم على الآتي:

- *احتياجاتهم من الغرف ونوعها ودرجتها ومواعيدها.*

- *مواعيد الوصول والسفر.*

- *احتياجات المشاركين من المواد المساعدة.*

- *أي طلبات أخرى.*

- *إجراء كل الحجوزات اللازمة كتابة.*

7. المطبوعات:

- *كروت التسجيل.*

- *مشارك (لون أزرق).*

- *متحدث (لون أصفر).*

- *صحفي (لون أحمر).*

- *رئيس لجنة (لون مخالف).*

- *تجهيز حقيبة المؤتمر.*

- *بطاقات التعارف.*

- *كروت الدعوات.*

- *أوراق الرسائل.*

- *الأظرف.*

- *أغلفة مواد البحوث (أوراق العمل).*

- *طباعة البحوث.*

- *طباعة البرنامج.*

- *طباعة استمارات الاستقصاءات.*

- *طباعة الملصقات.*

- *طباعة اللوحات الإرشادية.*

- *ترتيب قائمة بكل اللوحات الإرشادية بأنواعها سواء رئيسة أو بين الجلسات.*

- *تصنيع بعض اللوحات واستلامها (من الخارج).*

- *طباعة وقائع المؤتمر.*

8. التنقلات (المواصلات).

- *الاتفاق على وسائل الموصلات (أتوبيسات- سيارات- خلافه).*

- *النوعية والعدد عند وصول الضيوف.*

- *أبناء الضيوف وعائلاتهم.*

- حسب *المستويات.*

- *تحدد* حسب *النوعية عامة، خاصة، إدارية.*

9. الواجبات والحفلات:

- *إعداد* حفلات *الاستقبال والمراسم الخاصة بالمؤتمر وحفلات السمر وفترات الراحة والغذاء والحفل الختامي.*

- *الاتفاق مع الموقع على تفاصيل الوجبات بأنواعها سواء رئيسة أو بين الجلسات.*

- *فترات الراحة.*

- *الغذاء.*

- *العشاء.*

- *الرحلات.*

(المواعيد- المحتويات- العدد).

10. برامج المرافقين.

11. التجهيزات.

- *الحصول على المواد المساعدة الممكنة، سواء بالشراء أو الإيجار.*

- *أجهزة سمعية وبصرية.*

- *طرق الحصول عليها وتسلمها المسؤول عنها.*

- *الهدايا.*

- *أنوعها ومسوياتها وعددها وطرق توزيعها وتواريخ تسلمها.*

12. الترجمة الفورية.

- (العدد- اللغات).
- الاتفاق مع الجهة المختصة.

13. الموافقات من الجهة الرسمية.

14. إعداد غرفة عمليات الطوارئ.

15. ترتيب إجراءات الأمن.

ثانياً: أثناء المؤتمر:

1. التأكد من وسائل الموصلات.

2. التأكد من أن كل المعدات في مكانها.

3. التعاون مع لجنة التنسيق في المكتب الأمامي.

4. التأكد من عمليات الترتيب والنظافة.

5. التأكد من الحجرات والقاعات من حيث النظافة والترتيب بين الجلسات.

6. الإشراف على المترجمين.

7. المؤتمرات الصحفية.

ثالثاً: بعد المؤتمر:

1. كتابة خطابات شكر لكل المتعاملين.

2. مراجعة كل الفواتير مع الفنادق والمطاعم ووسائل الموصلات وموردي الأجهزة.

3. إعطاء الأمر بالدفع.

4. استلام الشارات والعلامات والأجهزة والمساعدة.

5. تسلم الأجهزة المؤجرة.

6. إعداد الميزانية النهائية.

7. تكريم العاملين.

8. كتابة تقرير نهائي.

لجنة التسجيل

قبل المؤتمر:

1. تسمية أعضاء اللجنة.

2. تحديد المهام والمسؤوليات.

3. تحديد مواعيد وأماكن اللقاء.

4. تصميم نماذج التسجيل المطلوبة لكل فئة من المشتركين في المؤتمر وأعدادهم: أعضاء- معقبين- متحدثين- رؤساء- عارضين- صحفيين.

5. إخطار اللجنة المختصة بالأعداد المطلوبة من نماذج التسجيل طبقاً لقرار اللجنة، بالإضافة إلى احتياجات اللجنة من أي مطبوعات أخرى أو قوائم.

6. تقرير الاحتياجات من الأفراد في قاعة التسجيل.

7. إعداد التصميم المناسب لقاعة التسجيل طبقاً للإمكانات المتاحة للعدد المتوقع تسجيلهم في المؤتمر.

8. تقرير الأجهزة والمعدات والأدوات المكتبية المطلوب تواجدها في قاعة التسجيل.

9. إخطار لجنة الأعداد بكل المطلوب من الأجهزة والمعدات القرطاسية.

10. متابعة قيد أسماء المرشحين في المؤتمر وإعداد قوائم يومية بهم.

11. إخطار اللجنة المتخصصة بالأعداد المقيدة في الجلسات المؤتمر أولاً بأول.

أثناء المؤتمر:

1. استقبال الأعضاء المشتركين وتسليمهم حقيبة المؤتمر والأوراق اللازمة.

2. مطابقة أسماء المشتركين بالقوائم.

3. تسجيل المشتركين الجدد.

4. إعداد كشوف نهائية بأعداد وتقسيمات وجهات عمل المشتركين في المؤتمر.

5. إخطار لجنة الإعداد بهذه الكشوف.

6. إعداد الموازنة المطلوبة لهذه اللجنة.

بعد المؤتمر:

1. تصنيف النماذج وحفظها.

2. التحليل النهائي لكشوف المشاركين.

3. إعداد الميزانية.

4. تكريم العاملين.

اللجنـــة الماليـــة

أولا: قبل انعقاد المؤتمر

1. تقرير الميزانية الإجمالية المقترحة للمؤتمر.

2. تقرير الأسئلة المالية التي ينبغي الإجابة عليها.

3. تقرير الإجراءات المالية المتبعة في المؤتمر.

4. فتح حساب خاص بالمؤتمر في أحد البنوك.

5. الاجتماع برؤساء اللجان الأخرى للاتفاق على الإجراءات المالية المتبعة.

6. تجميع موازنات اللجان الأخرى.

7. إرسال تقارير دورية عن الإنفاق المالي للمؤتمر الى لجنة التنسيق.

8. إعداد خطة استلام وإيداع نقود القيد المسبق والتأخر.

9. إعداد خطة الإنفاق في الطوارئ وكيفية عمل ذلك.

ثانياً: خلال المؤتمر

أهمية تواجد مندوب مالي للصرف في حالة الطوارئ.

ثالثاً: بعد المؤتمر

1. مراجعة الفواتير المختلفة.

2. إعداد تقرير عن الموقف المالي للجنة التنسيق.

3. إيداع الأموال المتبقية في الحساب الخاص.

4. كتابة التقرير النهائي.

لجنـــة التقييـــم

أولاً: قبل انعقاد المؤتمر

1. تحديد كل الأهداف التي أقيم من أجلها المؤتمر.

2. تحديد شكل ومعيار ومحتويات التقييم.

3. تصميم ميزانية مبدئية لعملية التقييم وتقديمها للجنة المالية.

4. طباعة صحيفة التقييم بالتعاون مع لجنة الإعداد.

5. وضع سياسة تسجيل الأحداث.

6. تحديد احتياجات للجنة من المعدات والأجهزة.

ثانياً: أثناء انعقاد المؤتمر

1. ملاحقة كل ما يحدث في جميع القطاعات وتسجيلها بعد كل جلسة.

2. توزيع صحف استقصاء في حالة قرار استخدامها.

ثالثاً: بعد انعقاد المؤتمر

1. تبييض كل نماذج التقييم.

2. تفريغ المحتويات في الجداول.

3. كتابة التقرير النهائي.

ملاحظة: التقييم الذي يحدث بعد انعقاد المؤتمر قد ينقسم الى نوعين:

- *تقييم بعد انتهاء المؤتمر مباشرة.*

- *تقييم بعد انتهاء المؤتمر بمدة (أسبوع مثلا).*

محتويات غرفة عمليات المؤتمر

1. آلة كاتبة بأكثر من لغة.
2. آلة تصوير مستندات.
3. حاسب آلي صغير.
4. فرشة ملابس.
5. مشط.
6. علبة تنظيف جاف.
7. شرائط لف.
8. ورق تغليف.
9. حبل.
10. مسطرة.
11. براية.
12. صمغ.
13. أستيكة.
14. دباسة.
15. دبابيس رسم.
16. أساتك.
17. مقص.
18. شريط لاصق.
19. حبر.
20. أوراق.
21. ظروف وجوابات.
22. ملفات بلاستيك.
23. دوسيهات.
24. طفاية سجاير.

25. سلة مهملات.

26. زجاجة كالونيا.

27. نقود فكة.

28. كبريت.

29. ولاعة.

30. مناديل ورقية.

31. حقيبة إسعاف سريع.

32. مواعيد قطارات وأتوبيسات.

33. مواعيد طائرات.

34. دفتر تليفون.

35. راديو وكاسيت.

36. شرائط كاسيت.

37. علب كرتون بمقاسات مختلفة.

38. مجموعة قواميس بعدد لغات الجنسيات المشتركة.

39. أقلام جافة ورصاص وألوان Markers &Highlighters

40. أفلام تصوير مقاسات مختلفة ملونة أبيض وأسود.

41. الخ.

برامج المرافقين

مع مضي الوقت أصبح المشتركون في المؤتمرات سواء أكانوا متحدثين أم مستمعين يتجهون الى اصطحاب زوجاتهم أو أزواجهم لحضور تلك المؤتمرات وذلك لأسباب عديدة منها:

- التعرف على طبيعة عمل الزوج أو الزوجة.

- التخلص من الروتين اليومي للحياة.

- السياحة والترويج والتمتع بمميزات المكان الذي سيعقد به المؤتمر. وكثيراً ما يخطط أولئك المشتركون للإقامة بضعة أيام قبل أو بعد المؤتمر، ولذلك فان اختيار موقع المؤتمر وتاريخه ومدة انعقاده تؤثر كثيراً في الإقبال عليه، وهناك ما يسمى حالياً بسياحة المؤتمرات التي أصبحت من أهم

فروع السياحة الجديدة. ولذلك فان إعداد برامج المرافقين أصبح جزءاً لا يتجزأ من إعداد برنامج المؤتمر ككل.

والنقاط التالية يجب الالتفات إليها جيدا عند إعداد تلك البرامج:

- إعداد برنامج المرافقين على أساس يصلح لكل من الزوجات والأزواج.
- تشجيع كلا منهم للتعرف على ما يفعله قرينه.
- إدماج بعض الأماكن الثقافية والتاريخية المهمة في البرنامج.
- ترك مساحة للتصرف الشخصي الحر.
- إعداد مقابلات بين المرافقين لخلق جو ودي آخر الى جانب جو المؤتمر.
- إعداد برنامج للتسوق والشراء.
- إعداد تسهيلات للعناية بالأطفال.
- مراعاة إعداد برامج تناسب كل سن.
- يستحسن إعداد بعض البرامج حول وجبات الغذاء أو الإفطار.
- التفاهم مع الفنادق بخصوص التسهيلات في الدفع في حالة الغرف المزدوجة.
- ضرورة الإعلان المسبق عن النشاطات اليومية للمرافقين.

صحيفة معلومات خاصة بالمشاركين في كلمات المؤتمر

موضوع الجلسة:

الاسم:..................................

التليفون:...............

العنوان:.................................

كيف يمكن الوصول إليه:..............................

التكاليف:...

طلبات خاصة:...

....

....

خطاب تأكيد بحضور المؤتمر

متى تم الاتصال المبدئي بهؤلاء الأشخاص وتم الحصول على موافقتهم المبدئية على المشاركة في المؤتمر فلا بد من إرسال خطاب تأكيد رسمي يحمل هذا المعني على أن يتضمن هذا الخطاب النقاط التالية على الأقل[94]:

- اسم وشعار المؤتمر وتاريخه ومكان انعقاده و مدته.

- خليفة عن المؤسسة التي تعقد المؤتمر (من الأهمية تضمن نشره أو كتالوج أو مواد دعاية المؤسسة).

- الموضوع المطلوب منه التحدث فيه والهدف من وراء تلك الجلسة.

- تاريخ ووقت الكلمة المطلوبة منه.

- رئيس الجلسة.

- الأعضاء الآخرين في الجلسة والموضوعات التي سيتكلمون فيها.

- الحجم المتوقع للجمهور، بالإضافة الى بعض المعلومات عن مستواه الثقافي والحضاري أو ربما بعض اهتماماته وتوقعاته.

- الترتيبات المالية من الناحية الأجر أو المقابل الذي سيحصل عليه وكيف سيتم دفعه ومتى؟ وهل هذا يشمل مصاريف حضور المؤتمر أم لا؟

- من الذي يمكن الاتصال به في حالة أي استفسار. كما أن هناك بعض المعلومات التي سيطلب من هذا الشخص إرسالها مع خطاب الرد بالموافقة على الحضور منها الآتي:

1. *الموافقة على الشروط المذكورة.*
2. *عنوان الكلمة أو الموضوع بالضبط.*
3. *فكرة عامة عن الموضوع الذي سيتحدث فيه.*
4. *المعدات والأدوات المطلوب إعدادها (مطبوعات مؤثرات صوتية ضوئية).*
5. *معلومات شخصية + صورة فوتوغرافية.*

---

(94) مصطفى السيد سعد الله, المؤتمرات, مرجع سابق, ص89-91.

نموذج لخطاب تأكيد الاشتراك

الاسم:......................   التاريخ...........

الجهة:......................

العنوان:...................

السيد /...

يسرنا أن نتلقى من سيادتكم الموافقة على الاشتراك في المؤتمر......... الذي سيعقد في....... المدة من...... الى..........

ونحن على ثقة بأن اشتراك سيادتكم في أعمال هذا المؤتمر سوف يكون له أبلغ الأثر في نجاحه.

وحتى يمكن لسيادتكم التخطيط المناسب للمشاركة في أعمال المؤتمر فأننا نرفق بخطابنا المستندات التالية:

1. العقد: ويشمل التاريخ والوقت وجهة الانعقاد ومكانه والأهداف المرجوة من المؤتمر ومعلومات عن جمهور المؤتمر والترتيبات المالية.

وفي حالة موافقتكم عن الشروط الموضحة عالياً برجاء التكرم بتوقيع صورة العقد المرفق وإعادته إلينا مع الاحتفاظ بأصل العقد بحوزتكم.

2. معلومات عن المواد المساعدة التي ترغبون في تواجدها بقاعة المؤتمر.

من أجهزة الفيديو أو عرض الشرائح الناطقة الثابتة منها أو المتحركة أو أي أجهزة أو مواد أخرى مساعدة ترون استخدامها في عرضكم.

نرجو من سيادتكم الرد علينا بالأوراق المطلوبة بالإضافة الى بعض المعلومات من سيادتكم مع صورة فوتوغرافية حديثة على يكون ذلك قبل يوم / /

في حالة رغبة سيادتكم في الاستفسار عن أي معلومات أخرى فنرجو ألا تترددوا في الاتصال بالسيد /...................... في التليفون رقم.............

من الساعة..... والساعة..... ما عادا يوم..................

نشكر سادتكم مرة أخرى على حسن تعاونكم معنا، وإننا نأمل موافقتكم على حضور المؤتمر بإذن الله.

خطاب متابعة للشخص الذي سيتحدث في المؤتمر

بعد تسلم الرد بالموفقة على الشروط على العقد يجب إرسال خطاب آخر يتضمن المعلومات التالية:

- جدول أعمال المؤتمر وأسماء المتحدثين فيه.
- معلومات عن الإقامة والوجبات وحالة الجو في هذا الوقت من العام، وترتيبات الاستقبال في المطار وبعض الخرائط والملابس المناسبة في هذا الوقت من العام.
- بعض المعلومات عن قاعة المؤتمر وتصميمها.
- أي معلومات عن مناسبات سابقة أو لاحقة للمؤتمر.
- أي إجراءات مطلوبة للتسجيل.
- أي معلومات عن وجود مرافقين وكيفية مقابلتهم في حالة وجود ذلك.
- يمكن بعد ذلك طلب الآتي:

1. إعادة العقد المرفق موقعاً منه (في حالة عدم وصوله).

2. ميعاد الوصول بالضبط وأي طلبات عند الوصول للمطار أو الحدود.

3. أي طلبات خاصة بالإقامة.

4. معلومات إذا كان هناك مرافقين أم لا وعددهم.

نموذج من خطاب ترحيب بنفس الشخص

يجب إعداد نماذج للترحيب بهؤلاء الضيوف على يكون خطاب الترحيب هذا موجودا في غرفته في الفندق لدى وصوله، بالإضافة الى أي معلومات أخرى يمكن إضافتها أو تزويد الضيف بها.



الفصل السادس

وجوه أخرى للمؤتمرات

وجوه أخرى للمؤتمرات

☜ المؤتمرات عن بعد.

- التليفون.
- خدمات المؤتمرات عن بعد.
- مؤتمرات تستخدم الحاسب الالكتروني.
- المؤتمرات الصوتية.
- مؤتمرات الصوت وعناصر أخرى.
- مؤتمرات الصور المتحركة والملونة.
- استخدامات المؤتمرات عن بعد.

☜ مقدمة وتعريف المؤتمر الصحفي

- كيفية تغطية المؤتمر الصحفي.
- عناصر نجاح المؤتمر الصحفي.
- العلاقات العامة والمؤتمر الصحفي.
- شروط عقد المؤتمر الصحفي.
- الإعداد للمؤتمر الصحفي.
- إدارة المؤتمر الصحفي.
- المؤتمرات الصحفية في الشركات.
- مهارات طرح الأسئلة.
- لماذا نعقد مؤتمرا صحفيا.

المؤتمرات عن بعد

رغم سك مارشال ماكلوهان كمصطلح (القرية العالمية)[95] The Global Village, 1964 ليصبح العالم نوعا من المدينة الصغيرة التي يتم ربطها الكترونياً.

ولكن في مجتمع ما بعد الحداثة تذوب الدول لتصبح كيانات هلامية حيث يصبح الناس أقل اهتماما ومشاركة في الأحداث التي تدور في العالم المحيط بهم، كما قد يحدث العكس.

ومن المؤكد أن ثمة شيئا مفقودا عندما نستخدم الاتصال عبر وسائل الكترونية، ومن أمثلة هذه الأشياء المفقودة التلميحات غير اللفظية كتعبيرات الوجه وحركات الجسد والإيماءات، والتي تساعدنا في فهم المعاني الأكثر عمقا للكلمات. وهذا هو مفهوم الحضور الاجتماعي الذي يختلف عن الحضور النسبي الذي يعني غياب التلميحات المحسوسة التي تساعد في نقل المعاني المستترة[96].

ومن هنا فان المؤتمرات التي تعقد بواسطة الكمبيوتر تتمتع بمستوى منخفض الحضور الاجتماعي، وليست المكالمات التليفونية بأفضل في هذا السبيل.

ويقول معظم الأفراد أنهم يفضلون الاتصال المباشر وجها لوجه عندما يكون لديهم شيئا مهما يريدون قوله، ولكنهم يفضلون التليفون عندما يتحدثون عن معلومات، ويدخر الآخرون الأخبار السيئة للاتصال الشخصي المباشر، على العكس من الأخبار الطيبة[97].

ولعل هذا يتوافق مع نتائج الدراسات السابقة والتي توضح أن وسائل الإعلام ذات الحضور الاجتماعي المنخفض تعد كافية للبحث عن معلومات وحل المشكلات، لكنها اقل فعالية عند جسم الصراعات أو تكوين انطباعات عن المعارف الجديدة [98].

لهذا فان المؤتمرات عن بعد من مظاهر الاتصالات الحديثة التي يزداد استخدامها بشكل مطرد لعقد الأعمال وانجاز المشروعات وتوفير الخدمات التعليمية والتدريبية.

التليفون:

قد يبدو من الغريب أن نقحم الاتصال الهاتفي ضمن خدمات تكنولوجيا المؤتمرات، حيث يبدو الهاتف من الوسائل القديمة التي يرجع تاريخها إلى عام 1876. غير أن الهاتف ليس مجرد أداة للنداء أو إنهاء الأعمال عن بعد، وإنما هو نظام اتصال لعقد المؤتمرات بين الأفراد والذين يقيمون

---

(95) Marshall Mcluhan: Understanding Media (New York: McGraw Hill, 1964).

(96) Joeph Straubhaar and Robert Larose, Communication Media Information Society Op. Cit. P 440.

(97) د. شريف اللبان، تكنولوجيا الاتصال، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1420هـ - 2000م)، ص194.

(98) المرجع السابق، ص194.

في أماكن متباعدة. كما يقوم الهاتف يربط المنازل والمكاتب بالمؤتمرات. وتزداد أهمية التلفون في ظل انتشار نظام التليفون الخلوي المتحرك، مما أعطى المجال لتوسيع دائرة الاتصال وسهولة استخدامها. وينتج عنها توفير مبالغ كبيرة تنفق في تجميع هؤلاء المنفذين شخصيا مع بعضهم البعض[99].

خدمات المؤتمرات عن بعد: Teleconference

يمكن تعريف المؤتمرات عن بعد باعتبارها وسيلة حديثة تستخدم الاتصال الالكتروني بين ثلاثة أشخاص أو أكثر، في مكانين مختلفين أو أكثر. وتمتد المعلومات التي يقدمها المشاركون في المؤتمر عبر المسافات البعيدة، بحيث لا يحتاجون إلى الاجتماع وجها لوجه لتحقيق أهداف الاجتماع[100].

وتختلف المؤتمرات عن بعد من حيث أهدافها، وأشكالها، بداية من شكل المقابلات الصغيرة والحميمة التي لا تحتاج إلى تبادل أوراق أو رسوم إلى مشاكل الندوات الضخمة التي تتضمن تتبادل الأوراق والرسوم والبيانات بين المجتمعين[101].

وقد استخدمت هذه النوعية رغبة في تطوير نظم الإدارة وزيادة فعاليتها، إلى أن أصبحت المؤتمرات عن بعد جزءا من صناعة الاتصال الحديث، حيث أصبح الاتصال عن بعد البديل الأيسر للانتقال في عصر المعلومات[102]. فقد وصل إجمالي نفقات بعض المؤسسات الضخمة في عقد المؤتمرات داخل الولايات المتحدة الأمريكية فقط إلى أكثر من 100 مليون دولار سنوياً[103].

وفي السنوات الأخيرة بدأت تكلفة وسائل المواصلات ترتفع بشكل كبير، مما أدى إلى ظهور ثلاثة اتجاهات تبشر بميلاد المؤتمرات عن بعد كما نعرفها اليوم وهي[104]:

1. أتاحت زيادة استخدام الأقمار الاصطناعية الوطنية أسلوباً اقتصاديا لنقل الصورة التليفزيونية الملونة التي يصاحبها الصوت إلى مسافات بعيدة بدون استخدام خطوط الهاتف.

---

(99)Harless, James D. Mass Communication An Introductory Survey (USA: Wmic. Brown Publishers, 1985) P. 556.

(100) د. مصطفى السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط - تنفيذ - تقييم)، ص67.

(101)Blake, Richard A . " Condominiums is the Global Village " In Hiebert, Ray Eldon and Reuss Carol., Inpact of Mass Media (N.y: Longman, Inc., 2nd 1988) P. 492.

(102) د. حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية 1418هـ- 1997) ص230.

(103) المرجع السابق ص230.

(104) المرجع السابق، ص231، 232.

2. تناقص تكلفة معدات الاتصال الالكتروني وزيادة جودة خدماتها.

3. وضعت لجنة الاتصالات الفيدرالية الأمريكية FCC قواعد جديدة لتشجيع المنافسة في إتاحة خدمات الاتصال للأغراض التجارية.

و يمكن تقسيم المؤتمرات عن بعد إلى أربعة أنواع:

1. مؤتمرات تستخدم الحاسب الالكتروني.

Computer Teleconferencing

عند إجراء المؤتمرات التي تستخدم الحاسب الالكتروني يكون لكل مشترك منفذاً خاصاً ليتصل مباشرة، أو عبر خطوط اتصال سلكية أو لاسلكية وبحاسب الكتروني مركزي. يقوم هذا الحاسب الالكتروني بتمرير الرسائل إلى المشتركين جميعاً في المؤتمر؛ ويتم تخزين نشاط المؤتمر وإتاحته لكل المشاركين كدليل على إجراءات العمل؛ بالإضافة إلى ذلك قد يكون هناك بيانات أخرى مأخوذة من ملفات لتدعم المعلومات المطروحة، أو لكي تمثل نقطة البداية لعقد المؤتمر. وتكون هذه المعلومات عبارة عن بريد الكتروني. فيكون دور الحاسب الالكتروني هو إتاحة تبادل المعلومات بين المشتركين والحفاظ على الملفات وإعداد البيانات التي تعبر عن النتائج الختامية للمؤتمر.

إن هذا النظام الخاص بالمؤتمرات يبرهن على شيوع إمكانية استخدامه في التعليم أو التدريب المفتوح[105].

2. المؤتمرات الصوتية فقط: Aduio – Only Teleconferencing

يستخدم في هذه المؤتمرات أجهزة تليفونية خاصة حيث تتيح الاتصال بين مجموعة صغيرة من الأفراد في مكانين مختلفين أو أكثر. ويمكن أن يتم هذا المؤتمر بين ثلاثة أفراد أو أكثر بدون أية مساعدة. ويمكن أن يضم المؤتمر أعداداً أكبر شرط أن يتحدث شخص واحد في وقت واحد إلى كل المجموعة. وبعد ذلك يتحدث الثاني وهكذا. ويجب أن يفصح كل شخص عن اسمه قبل التحدث في كل مرة حتى يسهل التعرف على شخصيته.

([105]) د. مصطفى السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ- تقييم)، ص68.

كما قد يصل عدد الأفراد في المؤتمر الصوتي إلى نحو مائة فرد، شرط أن يكون هناك مدير قوي يستطيع التحكم في إدارة النقاش، وكذلك وجود شخص فني أو أكثر للتحكم في السنترال التلفوني، لضمان وصول الصوت إلى كافة المشتركين(106).

3. مؤتمرات تستخدم الصوت وعناصر أخرى:

Augmented Audio Teleconferencing

قد يكون استخدام الصوت فقط غير مناسب في كل أنواع المؤتمرات عن بعد، فأحياناً هناك معدات أو وظائف تحتاج إلى شرح أو وجود علاقة بين عدد من المتغيرات تحتاج إلى إثبات أو حين تكون القرارات الاقتصادية في حاجة مثلا إلى تحليل من خلال استخدام الأرقام والإحصاءات.

كل هذه الأبعاد يمكن أن تضاف إلى المؤتمرات الصوتية من خلال توظيف أدوات مصاحبة لها مثل: الشرائح، الفاكسميلي، عرض الصور الثابتة. ويمكن نقل كل هذه الوسائل غير خطوط سلكية إلى المشتركين في المؤتمر(107).

4. مؤتمرات الصور المتحركة والملونة:

يمكن أن تتسع مؤتمرات الفيديو لتشمل نقل الصوت والصورة واللون والحركة من حجرات المؤتمر البعيدة، حيث تتاح كل هذه العناصر لجميع المشاركين. ويتيح هذا النوع من مؤتمرات الفيديو الاستماع والمشاهدة والانفعال والحركة، ويحدث كل ذلك عادة إذا كان المؤتمر يتم في مكانين مختلفين.

أما في حالة المؤتمرات التي تتم في أكثر من مكانين فان المسالة تصبح أكثر صعوبة في التطبيق، وذلك أن الفيديو على خلاف الصوت، ففي حين يمكن أن تختلط إشارات الصوت على بعضها، مهما تعددت وتنوعت، وبدون أن يفقد كل متحدث هويته، إلا إن إشارات الفيديو يجب أن تكون منفصلة؛ وبالتالي فان عقد المؤتمر التلفزيوني من أكثر من مكانين يعتبر مكلفا للغاية، وقد يكون غير مفيد عمليا. وغالبا ما يتم تزويد مؤتمرات الفيديو بماكينات فاكسيملي عالية الجودة حتى تتيح تبادل قبول للنصوص المطبوعة والمواد المشابهة.

(106) د. حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية 1418هـ - 1997) ص 232.

(107) المرجع السابق، ص232.

وتستطيع الشركات المنتجة لمثل هذا النوع من التسهيلات إقامة استوديوهات للاجتماعات في مبنى المركز الرئيس، لعقد مثل هذه النوعية من الاجتماعات عبر الوسائل السمعية والبصرية[108].

وبالنظر إلى الجدول المرفق نجد تطور تكلفة عقد المؤتمرات عن بعد في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث زاد الإنفاق على هذه المؤتمرات من 50 مليون دولار 1980 إلى 900 مليون دولار عام 1990[109].

نوع المؤتمر / السنة	1980	1985	1990
- صوت فقط - صوت وعناصر أخرى - مؤتمرات فيديو - مؤتمرات عن طريق الحاسب الآلي	%65 %20 %10 %5	%49 %30 %15 %6	15 % 35 % 40 % 10 %
إجمالي الإنفاق بالمليون دولار	50	250	900

استخدامات المؤتمرات عن بعد:

يمكن استخدام المؤتمرات عن بعد في كل مواقف الأعمال والمشروعات والمنظمات الضخمة التي تكون المؤتمرات فيها وسيلة ملائمة لعملها في دراسة مثلاً تقدم مشروعاتها أو لحل مشكلات طارئة أو عقد مؤتمرات صحفية. ويتوقف ذلك على حجم المؤتمر وخصائص المنظمة والمشاركين والتسهيلات المتاحة.

وكذلك يمكن عقد المؤتمرات عن بعد على المستوى التجاري والمؤسسي للأغراض التعليمية والتدريبية، وفي مواقف عديدة حين يكون تدفق المعلومات بعيدا عن التوازن، ويمكن استخدامها في التعليم الجامعي حيث يتم نقل الصوت الخاص بالمعلم، وكذلك صورة إلى الطلاب المقيمين في أماكن متباعدة، بالإضافة إلى إمكانية نقل الرسوم والمطبوعات والإحصاءات من خلال شاشة تلفزيونيه وإجراء التعديلات عليها[110]. ويمكن إتاحة ردود أفعال الطلاب بشكل مفيد من خلال

(108) د. مصطفى السيد سعدالله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ- تقييم) ص67.

(109)Blake, R.A (1988) op. cit., P. 498.

(110) د. مصطفى السيد سعدالله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ- تقييم)، ص69.

استخدام الصوت فقط.

وبالنسبة للأنشطة المهنية التي تستهدف عرض التقارير أو أوراق العمل، يمكن أن يكون استخدام المؤتمرات عن بعد وسيلة مثالية، حيث يمكن تزويد المؤتمرات بصور الفاكسميلي التي توضح الرسوم والحسابات المطلوبة. ويمكن للمشاركين الحصول على نسخ من تقارير المؤتمر. ويستطيع كل واحد أن ينتقد مساهمات الآخرين، ويكون لديه موارد المعلومات التي يحتاجها، لأنه يتحدث في المؤتمر من مقر إقامته الدائم. ولهذا فان تكنولوجيا عقد المؤتمرات عن بعد سوف تقلل من الحاجة إلى السفر، وتوفر الكثير من الجهد والمال والحفاظ على تواجد القوى العاملة في المؤسسات المختلفة بكامل طاقتها[111].

ونخلص من ذلك أن تطور الأجهزة الأربعة كان كالآتي:

- *تقديم مزايا المشاركة صوتيا فقط.*
- *ثم تطورت فأصبحت تسمح بتقديم مزايا المشاركة سمعيا وبصرياً.*
- *ثم تطورت فأصبحت تسمح بتقديم مزايا المشاركة لمن يستخدم جهاز كمبيوتر سمعياً وبصرياً.*

تعريف المؤتمر الصحفي

باختصار شديد أصبحت المؤتمرات الصحفية تمثل واحدة من أكبر وسائل طر نقل الأخبار وما وراء الأخبار، وحتى الأفكار والتوجيهات والقضايا والمواقف وردود الأفعال والأصداء والصور المرجوة وما أكثرها أهمية في عصرنا الحاضر، عصر الإعلام والمعلومات ووسائل الاتصال، التي أصبحت تشكل عقول الناس بشكل لم يحدث له مثيل من قبل.

ونحن نستعرض أهمية المؤتمرات الصحفية لأنه يندر أن يمر أسبوع واحد في بلد دون أن ينعقد مؤتمر صحفي يتصل بأمر من الأمور التي تهم المواطن بشكل أو بآخر, ومن تعريفات المؤتمر الصحفي:

هو لقاء منظم يجري إعداده من قبل هيئة من الهيئات أو جهاز من الأجهزة أو مؤسسة من المؤسسات العامة والخاصة، أو من الدول أو من قبل الأفراد أنفسهم لاطلاع مندوبي الصحف والإذاعات ووكالات الأنباء والتليفزيون على مجريات الأحداث الهامة[112].

([111])Blake, R.A (1988) op. cit., P 497.

([112]) د. محمود أدهم، المؤتمرات الصحفية، (القاهرة، بدون، 1986)، ص13- 29.

وفي تعريف آخر:

المؤتمر الصحفي هو أحد أنواع الاجتماعات الإعلامية المنظمة يعقد بمعرفة أخصائي العلاقات العامة أو المكاتب الصحفية، ويلتقي فيه ممثلو أجهزتهم ومؤسساتهم برجال الإعلام المطبوع والمسموع والمرئي، وذلك لتوجيه رسائل مختلفة الأنواع إلى هؤلاء جمهور هذه الوسائل لتعريفه وتوعيته بما يدور حوله من أحداث ووقائع، أو ما يقوم به هؤلاء من أنشطة تتصل بمجالات أعمالهم، وذلك باستخدام طريقة الحديث الصحفي المتصل إلى اكبر عدد ممكن من الناس.

ونكتفي بهذين التعريفين حتى نصل إلى تعريف نقترحه ليكون علما على هذا النوع من النشاط الإعلامي المتجدد وهو " إن المؤتمر الصحفي هو أحد وجوه المقابلات الإعلامية الجماعية يتمثل في لقاء رسمي عام أو محدود ينظم ويعقد في مكان مناسب غالبا بصفة دورية أو غير دورية أو طارئة بمعرفة المختصين وبحضور شخصيات مهمة أو خبيرة أو شهيرة أو من صناع الأحداث أو شهود العيان، وذلك لاطلاع مندوبي وسائل الإعلام بطريقة منظمة على المهم والعاجل من الأخبار والنتائج الحالية والمتوقعة لحدث أو أحداث جارية أو موقف من المواقف أو قضية مؤثرة ولتقديم المعلومات والتفسيرات والتوجيهات المختلفة ولفت الأنظار إلى الأفكار وألوان النشاط الجديد والرد على الأسئلة وإدارة النقاش المتصل بها لينقلها هؤلاء بدلا من مندوب واحد فقط يمثل وسيلة واحدة إلى أكبر قاعدة ممكنة من القراء والمستمعين والمشاهدين بهدف إعلامهم وتوعيتهم وتثقيفهم ولتعم الفائدة ويكونوا مواطنين صالحين يساهمون عن معرفة في نمو الوعي القومي بمجتمعاتهم وفي تقدم الإنسانية كلها".

نستخلص من التعريف ما يلي: [113]

1- لا يتجاهل الأصل والأساس في هذه المؤتمرات، فيذكر أنها أحد وجوه المقابلات الإعلامية لأنه في مضمونه عبارة عن مقابلة صحفية أو إعلامية بين هذه الشخصية وهؤلاء، أو يمثل حديثا صحفيا يقدمه قائد أو مسئول أو نجم، وبدلا من أن يسال محرر واحد يقوم بذلك العمل عدد منهم لتصل الرسالة الإعلامية إلى اكبر عدد من الناس، وليس إلى جمهور وسيلة واحدة فقط.

2- في شكل جماعي أي ليس حديثا فردياً.

([113]) د. محمود أدهم، المؤتمرات الصحفية، ص27.

3- من معالم المؤتمرات أنها رسمية يعقدها رسميون أو غير رسمية يعقدها نجوم بصفاتهم الشخصية كالفنانين والأدباء والرياضيين وغيرهم.

4- يلفت التعريف إلى أهمية التنظيم والمكان المناسب، فهذا ليس أي اجتماع يتم بطريقة عفوية أو فوضوية، كما أنه لا يعقد في أي مكان إلا في أحوال قليلة، حيث يمكن أن يعقد مؤتمر فوري أو عاجل في مكان غير مناسب لمثله.

5- يعقد بمعرفة مختصين من رجال العلاقات العامة والشؤون والمكاتب الصحفية، وتحضره الشخصيات المناسبة لموضوع مادته، وهي إما تكون مهمة ملوك- رؤساء- زعماء- مسئولين- مهمون أو أصحاب خبرة أو أصحاب شهرة أو صناع أحداث أو شهود عيان أو خبراء أو علماء وغيرهم.

ولا ينبغي أن يعقد المؤتمر الصحفي ما لم تكن هناك حاجة ضرورية لعقده. فحينما يمكن نقل الأخبار والمعلومات عن طريق البيانات الصحفية أو المكالمات التليفونية، فليس من الصواب عقد مؤتمر صحفي لان قراءة البيان أو تلقى المكالمة لن تكلف محرر الصحفية أكثر من بضع دقائق. بينما تكلفة الحضور إلى مؤتمر صحفي قد تأخذ منه عدة ساعات، فإذا وجد أن هذه الساعات قد ضاعت هباء أو مقابل الحصول على أخبار من الدرجة الثانية، فلن يفكر في حضور مؤتمرات أخرى للمنظمة التي عقدت هذا المؤتمر. وبذلك تفقد مؤتمرات هذه المنظمة قيمتها لعدم إقبال الصحفيين عليها [114].

ويكون عقد المؤتمر الصحفي مفيدا في الحالات التالية[115]:

1. عندما تكون هناك أنباء هامة يراد إعلانها ويصعب تناولها في حديث صحفي ولها خلفية ينبغي الإفصاح عنها.

2. حينما تقضي أهمية الموضوع إتاحة الفرصة للرد وعلى تساؤلات الصحفيين، ويثير العديد من التساؤلات.

3. كلما أراد الصحفيون أن يلتقوا بشخصية هامة لتوجيه الأسئلة إليها حول موضوع له أهمية كبرى في وقت معين.

4. عندما تكون المعلومات الصحفية تستدعي استخدام نماذج توضيح.

كيفية تغطية المؤتمر الصحفي من قبل الصحفيين والمراسلين

وتمر تلك العملية بالنقاط التالية:

([114]) د. محمد فريد الصحن، العلاقات العامة، المبادئ أو التطبيق (الاسكندرية: الدار الجامعية، 2001) ص240.
([115])Sam Black, The Essentials of public Relation, led (London: Kogan page Ltd, 1993) P.66.

1. الإعداد:

و يتطلب ذلك الإلمام بموضوع المؤتمر الماماً جيداً، ويجب أن تراعي وجود مناسبة شديدة، وأنك تريد الحصول على أفضل قصة إخبارية. لهذا فان الاستعداد وهو الأهم بالنسبة للمؤتمر الصحفي.

اجمع معلومات من الصحف وادرسها جيدا واطلع على خليفة المؤتمر وإذا ساورك شك دقق معلوماتك، وكون صورة عقلية عن الوضع، وتبين الطريقة الأفضل لمعالجة الأمور بحيث تكون النتيجة ايجابية، وحاول التفوق على منافسيك. تغلب دائما على الصعوبات التي تنجم عن ذهابك للمؤتمر بدون استعداد كاف وتوقع أنماط الأسئلة الإخبارية المعروضة، والنتائج المحتملة للبيان الصادر عن المؤتمر[116].

2. التخطيط:

ينبغي التخطيط والإعداد الجيد لعقد المؤتمر الصحفي، "لأن المؤتمر غير المخطط له جيدا، والذي لا تدعو إليه حاجة ملحة، يمكن أن يعرقل الاتجاهات المحتملة للمؤسسة في المستقبل. فإذا لم يخضع المؤتمر لتنظيم جيد، وأضعنا وقت الصحفيين ولم نقدم لهم المعلومات الجيدة والصحيحة؛ فإننا لم نحصل على تغطية صحفية جيدة للحدث الذي نتحدث فيه، كما أننا سوف نجد صعوبة في إقناع الصحفيين بتغطية النشاطات المستقبلية للمنظمة [117] .

لهذا على الصحفي أن يجري تخطيطا للمقابلة الصحفية من حيث طريقة طرح الأسئلة والموضوعات، ولابد من الأخذ في الحسبان الفرق بين المقابلة الشخصية والمؤتمر الصحفي وهذا يقع بين التخطيط والمتابعة، ويعني المنافسة، فليس سهلا أن تكون حرا من طرح الأسئلة بطريقتك دون أية مقاطعة من الآخرين. فالنصيحة أن تجعل أسئلتك محكمة. قد تبدو أن هذه النصيحة سهلة لفظاً، لكنها صعبة تطبيقياً، ولكي تجعلها قابلة للتطبيق اتبع الإرشادات التالية[118]:

- اجعل أسئلتك قصيرة.

([116]) جون كورد دواين، الصحافة في وكالات الأنباء، ترجمة عبد الحكيم نصار، (غزة: دار فلسطين للطباعة والنشر، 2000م) ص142، 143.

([117])Roger Haywood. All About Public Relations, 2ed (London: Mcgraw Hill Book company, 1991) P. 204.

([118]) جون كورد دواين، الصحافة في وكالات الأنباء، ص144 – 145.

- اجعلها مباشرة.

- أضف إلى أسئلتك ذيباجة أو مقدمة بسيطة عندما نريد أن تجعل السؤال أكثر وضوحا فقط.

- حاول جذب انتباه المتحدث بطريقة أو بأخرى.

- اطرح أسئلتك بذكاء ووضوح.

- انظر مباشرة إلى المتحدث وأنت تطرح السؤال ولا تدفق راسك في الكرسي.

- عرف نفسك بإيجاز والجهة التي تتبعها.

- تابع سؤالك إذا كانت الإجابة غير كافية وغير مقنعة.

- أصغ جيدا وسجل ملاحظات بدقة.

- تجنب طرح الأسئلة غير ذات الجدوى.

- تجنب الغضب والنزاع، حتى ولو أهملت أسئلتك واحتفظ بالمهارة والهدوء.

- انتظر الإجابة، فإذا لم تكن مقتنعا بها، أعد طرح السؤال مرة أخرى.

- تجنب الحديث مع الآخرين.

3. المتابعة:

إذا كان السؤال المتجاهل هاماً، ولم يجب عليه من المتحدث، فان شخصاً آخر من زملائك الصحفيين سيطالب بالإجابة عليه بأسلوب آخر، وإذا حدث ذلك فلا تعترض. وإذا لم نحصل على الإجابة اترك الفرصة للآخرين وفي الوقت نفسه أعد سؤالك بطريقة أخرى.

فلا ضمان للنجاح فالتغطية الجيدة تحتاج إلى مهارة جيدة. فكثيراً ما يهمل بعض الصحفيين حسن الاستماع. ومن أخطاء عدم الاستماع وردود أسئلة قد أجيب عنها ولم تسمعها. وهذا قد يكون مبرراً لمنظمي المؤتمر كي يقوموا بإنهائه، سواء أكان المؤتمر قد حقق هدفه أم لا، وهم يلجأون في

العادة إلى استخدام التعبير التالي (حسنا أيها السيدات والسادة) بما أنه لا توجد أسئلة أخرى، فإننا نجد ضرورة لإنهاء المؤتمر شكراً للحضور[119].

وإذا حدث ذلك فقد تستطيع أن نقول سؤال آخر لو سمحتم- قبل الانصراف.

غير أنه من المشكوك فيه أن تحصل على فرصة كهذه.

عناصر نجاح المؤتمر الصحفي:

1-توفر وجهة النظر الإخبارية[120]:

يجب أن تكون الأخبار هامة وقوية وحالية. ومن الضروري أن يسال مسئول العلاقات الهامة نفسه سؤالاً: هل الصحفيون الذين وجهت لهم الدعوة سوف يتحمسون لحضور المؤتمر وسماع ما نقوله عندما يعرفون الموضوع.

2-الموقع المخصص لعقد المؤتمر:

يمكن أن يكون في فندق أو في المقر الرئيسي للشركة، بشرط أن يكون مناسبا لهذه الفرصة وأن يسهل الوصول إليه بالنسبة للصحفيين. ومن الملائم إيجاد تنسيق مناسب مع الصحفيين لنقلهم إلى موقع المؤتمر إذا كان بعيداً.

3-التوقيت:

يجب اختيار موعد يناسب كل وسائل الإعلام ومعظم المؤتمرات الصحفية الناجحة تعقد في الصباح المتأخر أو في المساء لتمكين الصحفيين من تناول وجبة خفيفة، أو تناول الغذاء والعشاء كلما كان ذلك مناسبا.

4-توجيه الدعوة:

بمعنى توجيه الدعوة لحضور المؤتمر بوقت كاف، وتكون الدعوة مطبوعة وتتضمن تفاصيل كافية لتشجيع وسائل الإعلام لاتخاذ قرار إرسال ممثليها، بشرط ألا تكون هذه التفاصيل كبيرة تكشف أخبار سيتم الإعلام عنها لاحقا.

---

(119) الصحافة في وكالات الأنباء، مرجع سابق، ص146-147.

(120) د. محمود يوسف، العلاقات العامة في الشركات المحولة الى نظام الخصخصة (القاهرة: مكتبة فيروز المعادي، 1999) ص98- 99.

5-الاستقبال:

يجب أن يقوم فريق من مسؤولى العلاقات العامة باستقبال الضيوف وتقديمهم للمدير أو الرئيس، ويجب أن يوضع تحت أيدي مسؤولى العلاقات العامة مكان لراحة الضيوف، به تليفون وفاكس وكمبيوتر وآلات تصوير وكل ما يحتاجه الصحفيون.

6-حسن الضيافة:

حيث يجب معاملة الضيوف معاملة طيبة تليق بهم وإعداد مائدة طعام على مستوى مناسب بدون إسراف، ويجب أن تكون كافية لعشرات الصحفيين.

7-إتاحة الفرصة للمناقشة:

من المفيد إعطاء الفرصة للصحفيين لطرح الأسئلة.

8-المضمون:

من الضروري الالتزام بالوضوح، وتجنب التحايل والمراوغة، وينبغي استخدام الأفلام والفيديو والشرائح والرسوم والنماذج متى كان ذلك ضرورياً[121].

العلاقات العامة والمؤتمر الصحفي

تعد المؤتمرات الصحفية واحدة من الأنشطة الهامة التي تقوم بها العلاقات العامة لتوصيل معلومات مهمة لوسائل الإعلام خلال وقت قصير. ومع أنه قد يكون من المناسب تنظيم مؤتمر صحفي أو أكثر خلال البرامج والخطط الاعتيادية للعلاقات العامة، فان الحاجة لعقد المؤتمرات الصحفية تزداد خلال أوقات الأزمات والمشكلات الآنية، وبخاصة تلك التي تستولي على اهتمام قدر كبير من أفراد الجمهور ومن وسائل الإعلام. لهذا فمن النادر أن تخلو خطط الطوارئ من المؤتمرات الصحفية. أما في الأوقات الاعتيادية وضمن الخطط الوقائية فتنظيم المؤتمرات الصحفية في حالات خاصة تتطلب توفير معلومات لوسائل الإعلام بسرعة، وتستلزم إتاحة الفرصة لرجال الإعلام والصحافة للحصول على إجابات لأسئلتهم. ومن أمثلة المواقف التي تتطلب عقد المؤتمر الصحفي غير مواقف الأزمات والكوارث اتخاذ المؤسسة قرارا كتحويلها إلى مؤسسة مساهمة مثلا، أو إعلان تغيير مسماها أو مجال نشاطها أو إنتاج سلعة جديدة أو افتتاح فرع أو

---

(121) المرجع السابق، ص99.

مصنع جديد أو إيقاف الإنتاج وغير ذلك من القرارات والأحداث والأنشطة، التي تجد اهتماما من الرأي العام وحماسا من وسائل الإعلام لتغطيتها.

وتعتبر المؤتمرات والندوات أحداثاً خاصة من وجهة نظر العلاقات العامة، والأحداث الخاصة تتميز بأنها مخططة مسبقا، وهي في كل تفصيلاتها تطبيق لسيناريو معد قبل وقوع الحدث. ولهذا فإنها تختلف اختلافاً جذرياً عن الأحداث الطبيعية أو البشرية غير المتوقعة التي تحتوي على عنصر المفاجأة سلباً أو ايجاباً. ولحسن الحظ فان الأحداث المتوقعة كالمؤتمرات تستهوي وسائل الإعلام وتقوم بتغطيتها بشكل منظم وبطريقة تفوق في كثير من الأحيان سواء من حيث الحجم أو النوعية تغطيتها للأحداث غير المتوقعة. وبغض النظر عن المبررات والأسباب التي تدعو وسائل الإعلام المختلفة لمتابعة الأحداث الخاصة وهي في مجملها أسباب تتعلق بسهولة التغطية والاستعداد المسبق لها، فان ما يهم رجل العلاقات العامة هو استغلال هذه الخاصية استغلالا إعلاميا يحقق المنفعة المطلوبة من المؤتمر أو الندوة، ويحقق إلى جانب ذلك شهرة للمؤسسة المشاركة أو المنظمة للمؤتمر.

والمؤتمرات والندوات يمكن أن ينظمها جهاز العلاقات العامة نفسه، حيث يرون أن نجاحها رهن إتباع الأساليب العلمية التي يجب أن نراعي عند عقد مثل هذه المؤتمرات.

وتعد دعوة وسائل الإعلام للصحفيين من خلال المؤتمر الصحفي بديلا عن إرسال المعلومات إلى الصحف عبر البيان الصحفي. لهذا ترى فيه العلاقات العامة أداة مفيدة لخدمة المنظمة أو الشركة، إذا ما استخدمت بتعقل، وكانت المنظمة تحوز بسمعة طيبة في عقد المؤتمرات، وكانت هناك ضرورة ملحة لعقد تلك المؤتمرات[122].

هناك قواعد متعلقة بهذه المؤتمرات، تتمثل فيما يلي:

1. *استعداد رئيس المؤسسة للرد على أسئلة الإعلاميين لأنها جزء من المؤتمر وإلا فلا داعي لعقد المؤتمر.*

2. *تقديم المطبوعات المتعلقة بالمؤتمر للإعلاميين*

3. *توجيه الدعوة لحضور ممثلي أجهزة الإعلام كلها من صحف وإذاعة وتلفزيون ومواقع الكترونية ووكالات أنباء محلية وعالمية، إذا كان للمؤتمر هذه الصفة، وعدم الاختصار على حضور ممثلي الصحف والمجلات فقط[123].*

([122]) Sam Black, The Essentials of Public Relation, OP. cit. P66.

([123]) د. علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة (القاهرة: مكتبة عالم الكتب، ط2، 1978) ص187- 198.

شروط عقد المؤتمر الصحفي

يبدو عقد المؤتمر الصحفي أمراً هيناً وسهلاً، لكنه ليس كذلك، فليست كل المؤتمرات الصحفية ناجحة، بل قد يترتب عن بعضها آثار سلبية على المؤسسة والعلاقات العامة بها. إن دعوة وسائل الإعلام لمؤتمر صحفي تتطلب أن يكون الموضوع المطروح مهماً بدرجة كافية، فليس أصعب من استدعاء رجال الإعلام والصحافة لإعلان خبر كان يمكن أن يرسل في نشرة صحفية لتلك الوسائل، ولهذا ينبغي ألا يتم تنظيم مؤتمر صحفي والدعوة إليه إلا للضرورة. ويبين أحد خبراء العلاقات العامة أن من الأهمية بمكان الإجابة على الأسئلة الآتية قبل تنظيم مؤتمر صحفي:

- هل الموضوع مهم؟

- هل للموضوع قيمة إخبارية؟

- هل للموضوع طبيعة جدلية تستلزم السؤال والجواب لتوصيل الرسالة؟

- هل للموضوع (أو المنتج) خصائص معقدة تتطلب العرض والرؤية؟

وكلما زاد عدد الأسئلة التي يجاب عليها بنعم، زادت الحاجة لتنظيم مؤتمر صحفي.

الإعداد للمؤتمر الصحفي:

يحتاج المؤتمر الصحفي لإعداد جيد، والإعداد الجيد يتطلب القيام بعدة أشياء يمكن تلخيصها ضمن المحاور التالية:

1- اختيار المتحدث أو المتحدثين، والاتفاق معهم على نوعية وحجم التفاصيل في المعلومات التي ستقدم خلال المؤتمر، وتهيئة المتحدثين وتزويدهم بجميع المعلومات اللازمة وإجابات للأسئلة المتوقعة، واطلاعهم على الموضوعات المحظورة التي قد تثار، والطرق المثلى لرفض الإجابة على بعض الأسئلة. ويجب أن يكون المتحدث (أو المتحدثون) ممن يتمتعون بمعرفة كافية بالموضوع، وخبرة في الأحاديث العامة، وقدرة على إدارة المؤتمرات، ومع ذلك، ومهما كان المتحدث خبيراً، فإن من الضروري إجراء تجربة (بروفة) لقراءة البيان وطريقة اختيار المتحدث للسائلين.

2- تحديد موعد المؤتمر الصحفي ومكان انعقاده، وتهيئة المكان وإعداده وتجهيزه بأدوات الصوت والصورة ووسائل الاتصال اللازمة.

3- دعوة رجال الإعلام والصحافة، قبل موعد المؤتمر بوقت كافٍ، وتجديد الدعوة هاتفياً أو عن طريق الفاكس قبل ساعة المؤتمر بيوم أو يومين.

ولا بد أن يثار التساؤل التالي:

1. من الذي توجه إليهم الدعوة؟ وكيف؟ ولماذا؟

2. ما الذي يمكن أن يقال؟

3. على أي صورة من الصور؟

4. ومن الذي يقول؟

5. متى (الوقت والساعة تحديداً)؟

6. أين؟

7. ما هي الأهداف المنتظرة أو المتوقعة؟

هذا في حالة المؤتمرات التقليدية أو العادية، أما في حالة المؤتمرات غير التقليدية أو الساخنة أو الطارئة، فإن الوقت عادة لا يسمح بذلك، وإنما يسمح فقط بقرار سريع لكنه ذكي وخبير بعقد مؤتمر صحفي في المكان والزمان المحدد بدقة. وفي بعض الأحوال يصدر الأمر بتوجيه الدعوة الفورية لحضور عدد محدد أو غير محدد من المندوبين والمراسلين. وعلى هؤلاء العمل بسرعة واقتدار وذكاء، ولا يترك فرصة للحظ أو الخطأ فقد يكلف ذلك كثيراً.

إدارة المؤتمر الصحفي:

ينبغي أن يبدأ المؤتمر الصحفي في وقته المحدد دون تأخير، ويبدأ المؤتمر الصحفي عادة بقراءة بيان عن موضوع المؤتمر، يقوم بتقديمه المتحدث الرئيسي في المؤتمر، ويشترك في تقديم بعض المؤتمرات أكثر من شخص واحد، ومع ذلك فإنه حتى عندما لا يكون هناك سوى متحدث واحد فقط يكون من المناسب أن يرافق المتحدث أحد أو بعض المسئولين أو الخبراء لتحويل إجابة بعض الأسئلة المتخصصة إليهم. وبعد قراءة البيان يفتح المتحدث الرئيسي مجال الأسئلة لرجال الإعلام، ويقوم هو باختيار السائلين ويسمح عادة للسائل بتعقيب واحد، وتتطلب المعايير المهنية أن تنحصر الأسئلة في موضوع المؤتمر نفسه، ولهذا فللمتحدث أن يرفض إجابة أي سؤال يخرج عن موضوع المؤتمر.

ومن المهم الإجابة على الأسئلة بكل صراحة ووضوح، وعند الإجابة عن الموضوعات الحساسة، من المناسب توضيح أسباب عدم الإفصاح عن معلومات معينة. وإذا لزم الأمر يمكن إيضاح بعض المعلومات وتوضيح أن المعلومات ليست للنشر، وفي حالات قليلة يمكن استخدام " لا تعليق " كمخرج لعدم الإجابة على سؤال ما.

وأخيراً فإن من المقترحات التي ينبغي مراعاتها عند تنظيم المؤتمرات الصحفية ما يلي:

أ- التقليل من عدد المؤتمرات الصحفية.

ب- يمكن تقليل سرعة الأسئلة بإطالة الإجابة عليها.

ت- يجب رفض الدخول في جدل أو مناظرة مع أحد الإعلاميين خلال المؤتمر.

ث- لا تزيد فترة المؤتمر الصحفي عن ثلاثين دقيقة إلا للضرورة.

ج- يجب البدء في الوقت المحدد والانتهاء في الوقت المحدد أيضاً.

ح- على المتحدث الرئيسي الخروج من قاعة المؤتمر بعد انتهائه، فالمؤتمر لن ينتهي إلا بغيابه عن الأنظار.

خ- إذا أصر أحد رجال الإعلام على التحدث مع المتحدث الأساسي بشكل منفرد بعد المؤتمر يجب أن تكون المحادثة قصيرة.

المؤتمرات الصحفية في الشركات:

تعتبر المؤتمرات الصحفية من أكثر الأدوات غير الحيوية التي لا تفضل العلاقات العامة توظيفها في الدعاية للشركة أو المؤسسة، حيث أنها لا تساعد الشركات والمؤسسات كثيرا في تحقيق أهدافها المنشودة. وقد يميل معظم الصحفيين ذوى وجهات النظر المختلفة أو من لديهم أسئلة جديدة ومبتكرة إلى عقد تلك المؤتمرات مع ممثلين للأطراف المتنافسة بعد انتهاء صراع المناقشة الدائر بينهم.

ولكن تعتبر المؤتمرات الصحفية في بعض الأحيان بمثابة الوسيلة التي تحتاجها الشركة أو المؤسسة لعرض أخبارها والترويج لمنتجاتها، فقد تقدم المؤتمرات الصحفية المنظمة جيدا والمدارة

بشكل فعال فرصة لا تتكرر للشركات والمؤسسات لعرض أخبارها بشكل مباشر لقطاع أساسي من الجمهور[124].

و قد لا يفضل كثير من الصحفيين فكرة عقد المؤتمرات الصحفية للشركات، نظرا لأنها تفرض عليهم الالتزام بجدول زمني معين يفرضه عليهم ممثلو الشركة أو المؤسسة ومسئولو العلاقات العامة بها، مع ازدحام الجدول الزمني الخاص بهم.

وقد لا تكون تلك المؤتمرات مفيدة إلى حد كبير بالنسبة للصحفيين، نظرا لأنهم سيحصلون على الخبر نفسه الخاص بالشركة أو المؤسسة كغيرهم، ولكنها قد تفيد الشركة في تحقيق تغطية إعلامية مطلوبة[125].

في الحقيقة إن أي شخص في العالم يمكنه أن يدعو إلى مؤتمر صحفي، ولكن الصحفيين هم الذين يقررون حضور هذه المؤتمرات، فقد تكون مفكرتهم مملوءة بالمهمات، وقد يكون هناك بعض المؤتمرات التي لا يمكن للمؤسسة الإعلامية أن تتخلف عنها، لأنها ستزودهم بأخبار هامة أو مثيرة للاهتمام، أو لأن المنافسين سيحضرونها.

وبصراحة فان معظم المؤتمرات الصحفية لا تستحق الحضور إلا من الصحفيين المتخصصين في النشرات الخاصة ووسائل الإعلام المتخصصة [126].

وقد يمثل تنظيم المؤتمر الصحفي مصدر قلق بالغ لمسئولي العلاقات الهامة، وذلك لأنه دائما ما يساورهم الشك في احتمال عدم حضور عدد كبير من الأشخاص المعنيين أو الصحفيين المتخصصين لمثل تلك المناسبات، الأمر الذي يجعل رؤساء الشركات وكبار مسئوليها في حالة ترقب دائم لما ستؤول إليه تلك المؤتمرات. وبالرغم من ذلك فان هناك كثيرا من المؤتمرات الصحفية التي تحقق النجاح المطلوب على جميع المستويات.

وهناك عقبة أخرى قد تعترض رؤساء الشركات وممثليها وتحول دون نجاح تلك المؤتمرات، حيث ترتبط هذه القضية بالصحفيين بشكل عام. فمن المحتمل أن يعترض أحد الصحفيين على أحد ادعاءات ممثل الشركة أو المؤسسة. أو قد يكون متحيزا ضده بشكل مسبق قبل بداية المؤتمر الصحفي، مما يجعل هؤلاء الصحفيين يدخلون مع ممثلي الشركات في منافسة جدلية.

([124]) جون كلير، كيف تتعامل مع وسائل الإعلام، (ترجمة خالد العمري) (القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع، ط1) 2006، ص271، 272.

([125]) الصحافة في وكالات الأنباء، مصدر سابق، ص140.

([126]) المرجع السابق، ص140.

وهناك بعض الصحفيين الذين يرون بعض نقاط الضعف في الآراء التي يعرضها ممثلو الشركات، وقد يشاركون في هذه المناقشات الجدلية حبا في الجدل فقط في بعض الأحيان، وقد يشعر ممثلو تلك الشركات في كثير من الأحوال بأنهم موضوع اتهام نتيجة إجراء تلك المناقشات[127].

ويمكن لممثلي العلاقات العامة بالشركات التغلب على مثل تلك المشكلات، من خلال التدريب المسبق على كيفية مناقشة النقاط الجدلية المهمة المتعلقة بالخبر الخاص بهم كجزء من برنامج تدريب إعلامي، والتحقق من أن رئيس المؤتمر ذو شخصية قوية ومستقلة ولديه القدرة للاتصال بالصحفيين.

مهارات طرح الأسئلة:

إن منظمي المؤتمرات والداعين لها عادة يبدأون المؤتمر بإلقاء تصريح، ثم يعطون المجال للحوار. فالبيان قد يحتاج إلى بعض الإيضاحات البسيطة أو التدقيق، مما يجعل البيان جيدا حين يكتب في صيغة تقرير إخباري وينطوي ذلك على مهارتين[128]:

1- مهارة طرح الأسئلة بشكل واضح ومحدد.

2- مهارة منظم المؤتمر أو المتحدث في طريقة لإجابات.

فلا تستخدم هذه المهارات دائما لتحقيق الهدف السابق نفسه، فقد يكون هدف المسئول أحياناً هو مساعدة السائل للحصول على صورة كاملة وواضحة، بروح متعاونة ونية صادقة، لكل الأمور الهامة. وأحياناً أخرى يكافح المسئول بكل ما يستطيع لكي يوضح ما يرغب في توضيحه وإخفاء ما يرغب في إخفائه.

لذلك فانه من الخطأ أن نتعامل مع كل مؤتمر صحفي باعتباره يقدم إجابات محبوبة وصريحة، ومن الخطأ كذلك أن نتعامل مع كل مؤتمر صحفي على أنه صراع عدائي، بل كن على استعداد دائما إما للتهاون أو للصراع.

لذلك قدر الأمور بهدوء سواء أكان رد فعل المسئول المجيب إيجابياً أو متحفظاً، وتصرف حسب الظروف مستخدما ما تعلمته في فنون المقابلات الصحفية

---

(127) كيف تتعامل مع وسائل الإعلام، ص272- 273.

(128) الصحافة في وكالات الأنباء، مرجع سابق، ص140-141.

وقد يحدث أحياناً أن يكون عرض المسئول ناقصا ومقتضبا، ففي هذه الحالة لابد من إيجاد مصدر آخر مفيد. لذلك فان الملاحظة الدقيقة هي التي تكشف لك الحالة التي تواجهيها. ومن خلال هذه الملاحظة سوف تظهر نقطتان هامتان هما[129]:

1. إن الصحفيين المتمرسين يحجمون عن كشف الأسئلة أمام منافسيهم وزملائهم الذين يحضرون المؤتمر حفظا لخصوصية عملهم،فهم يسعون لإجراء مقابلات منفردة بضيوفهم عند الانتهاء من المؤتمر.

2. ربما تخرج من المؤتمر بقصة إخبارية دون أن تسال أي سؤال بأن تجلس صامتا ومستمعا وتدع الآخرين يطرحون الأسئلة، بينما تدون أنت ملاحظاتك.

ومن سلبيات هذه النقطة الثانية أن زملاءك سيعتبرون ذلك علامة على قلة خبرتك الصحفية، كما أن هناك نقطة سلبية أخرى وهي أن إجابات الأسئلة التي يطرحها زملائك قد لا تهم قارئيك.

لذلك فان المراسلين والصحفيين نادرا ما يجلسون صامتين، فهم في الغالب يوجهون الحوار.

([129]) المرجع السابق، ص141.



الملاحق والتمرينات
معايير اختيار الموقع

المــلاحق و التمرينات

معايير اختيار الموقع

- التكاليف: ويدخل في هذا تكاليف الغرف والطعام.
- المرونة: إمكانية تغيير وترتيب الجلوس.

نوع الغرف وقربها من القاعة وإمكانية فصل القاعات.

- تسهيلات المعوقين.
- الوجبات.
- الراحة: الديكور والألوان والإضاءة.
- مستوى الخدمة.
- انتظار السيارات.
- التعارض مع مناسبات أخرى في نفس الموقع أو نفس المدينة.
- الترفيه والترويج: على مستوى المكان أو مستوى المدينة- المسارح- الرياضة- المطاعم- المتاحف.
- سعة القاعة بالنسبة لعدد الحاضرين.
- طريقة ترتيب الجلوس بالنسبة لنوع المؤتمر (تبادل آراء- اتخاذ قرارات).

تمرين

اختيار قاعة المؤتمر

تقيم نقابة الأطباء مؤتمرا عربيا عن شلل الأطفال وقام المسئول عن حجز القاعات بزيارة عدة فنادق في العاصمة لاختيار وحجز القاعة المناسبة، وكان أمامه الأربع بدائل فيما بعد.

ولديك البيانات التالية:

عدد الأعضاء: 35 طبيبا.

موعد المؤتمر: منتصف شهر أكتوبر.

مدة المؤتمر: خمسة أيام (من الساعة الثامنة والنصف صباحا حتى الساعة الثانية والنصف بعد الظهر).

مطلوب:

- اختيار إحدى هذه القاعات البديلة، وبيان أسباب التفاضيل.

- بيان الترتيبات المطلوبة لكي تصبح القاعة مناسبة.

- ماهو الشكل الذي ستكون عليه طريقة جلوس الأعضاء (مائدة مستديرة / مستطيلة /... الخ) ومناقشة الأسباب.

القاعة الأولى

- صالة حفلات كبيرة ودائرية وتتسع لأكثر من مائة وعشرين شخصا.

- لها عدة أبواب.

- تقع بالقرب من مطبخ الفندق.

- يقع في منتصف هذه الصالة عمودان كبيران مكسوان بالمرايا.

- مكيفة الهواء.

- أرضيتها من البر كيه اللامع.

- لون ورق الحائط أخضر فاقع.

القاعة الثانية:

- صالة لحفلات الكوكتيل مربعة تتسع لحوالي خمسين شخصا.

- تقع بالقرب من مطعم الفندق.

- مكيفة.

- مفروشة بالموكيت.

- الحائط مكسو بورق ذي رسومات كبيرة وزاهية

- ليس لها نوافذ.

- في الخارج صالة أخرى متوسطة بها كراسي.

القاعة الثالثة

- صالة أفراح مستطيلة تتسع لمائة شخص.

- تقع بالقرب من الملهى الليلي للفندق.

- تطل القاعة على حديقة هادئة والجانب الذي يطل على هذه الحديقة كله أبواب زجاجية.

- أما الجانب المقابل لهذه الأبواب فكله مغطى بالمرايا.

- الصالة مكيفة.

- مفروشة بالموكيت.

- الاضاءة هادئة.

- لا يوجد بها تليفونات بالقرب منها.

القاعة الرابعة

- صالة أفراح مربعة تسع خمسة وسبعين شخصا.

- بها منصة عالية متوسطة الحجم.

- على احد جوانبها نوافذ تطل على حمام السباحة.

- لا يوجد ستائر.

- الصالة مكيفة.

- أرضيتها من الباركيه.

- مضاءة بواسطة ثلاث نجفات كبيرة متدلية من السقف.

- دورات المياه بعيدة.

استقصاء فن مرافقة الوفود

- يجب أن تتوفر صفات معينة في مرافقي الوفود المشاركة في أي مؤتمر، هل تعرفها؟

- سيساعدك هذا الاستقصاء على تبين الصفات الأساسية المطلوب توافرها وإعداد البرامج المطلوبة لاختيار وتهيئة المرافقين.

- أجب على الاستقصاء التالي بدقة وإذا وجدت أن الإجابات على أي سؤال غير مناسبة من وجهة نظرك فيمكنك إضافة الإجابة التي تراها مناسبة.

- سنناقش النتائج بعد الانتهاء منه؟

مع أطيب التحيات

استقصاء فن مرافقة الوفود

1- مهام المرافق أن:

أ- يلازم الوفد طوال الوقت

ب- يصاحب الوفد من الفندق إلى مكان المؤتمر و العكس فقط.

ت- يكون دائما قريبا من الوفد.

ث-............

2- أسلوب التعامل الأمثل بين المرافق والوفد هو:

أ- يرفع الكلفة في التعامل إلى درجة الوصول إلى أسلوب التعامل الشخصي.

ب- التعامل في حدود الإطار الرسمي

ت- التعامل مع أعضاء الوفد بطريقة ودية

ث- التعامل مع أعضاء الوفد بطريقة ودية وشبه رسمية

ج-......................

3- لكي يقوم الوفد بدوره على أكمل وجه:

أ- يجب أن يكون أحد العاملين في المؤسسة التي تعقد المؤتمر.

ب- ليس بالضرورة أن يكون احد العاملين ولكن إخصائى علاقات عامة يتم تدريبه لمعرفة المؤتمر.

ت- يجب أن يكون أحد العاملين بالمؤسسة ومعه ورقة مطبوعة بالمعلومات التي تركز أهداف وسياسة المؤسسة.

ث- أن يكون أحد العاملين بالمؤسسة ويعمل بالعلاقات العامة.

ج-....................................

اكتشف احد أعضاء المؤتمر أن لم يحضر معه فرشاة ومعجون أسنان، فأراد المرافق أن يوفرها له...فهل:

أ- يقوم المرافق بدفع قيمة هذه الأشياء من جيبه الخاص

ب- يأخذ المرافق قيمة هذه الأشياء من العضو.

ت- يرفض محاسبة العضو عليها ويقيد ثمنها على المؤتمر.

ث- لايبدى المرافق اهتمامه بالموضوع.

ج-...

جاء ضيف مهم يريد مقابلة أحد أعضاء المؤتمر وتصادف جلوس العضو على المنصة الرئيسية وان لم يكن أحد المتحدثين.... هل:

أ- يهرع المرافق لإخطار العضو لمقابلة الضيف.

ب- يرسل إليه ورقة يخبره فيها بوجود الضيف في الخارج.

ت- يحاول المرافق إقناع الضيف بالانتظار لحين انتهاء الجلسة.

ث-...

أراد أحد الأعضاء شراء هدايا لعائلته بعد انتهاء مواعيد الاجتماعات فطلب من مرافقه أن يساعده في ذلك... هل:

أ- يذهب معه وهو سعيد.

ب- يرفض تماما الذهاب ولكن يعتذر بأدب.

ت- يبين للعضو أن ذلك ليس من واجباته ولكنه يذهب معه.

ث- يتهرب من الموضوع ولكن بطريقة دبلوماسية.

ج-..

أصيب احد أعضاء وفد المؤتمر بمرض مفاجئ وتم نقله إلى المستشفى والوفد مكون من ثلاث... فهل:

أ- يلازم المرافق العضو المريض ويترك باقي الوفد.

ب- يترك المريض ويرافق باقي الوفد.

ت- يرافق باقي أعضاء الوفد مع السؤال عن المريض.

ث-..

ذهب أعضاء المؤتمر في رحلة منظمة إلى مكان يبعد حوالي 60 كيلو مترا عن مكان انعقاد المؤتمر وتخلف احد الأشخاص عن ميعاد العودة، وأصر المشرف على الرحلة على التحرك دون انتظاره... كيف يتصرف المرافق.

أ- هل يبقى هو في انتظار العضو حتى يعود ويترك الرحلة؟

ب- هل يعتبر نفسه مسئول عن تأخيره ويتحرك مع الآخرين؟

ت- هل يصر على تأخير كل الرحلة حتى يعود العضو؟

ث-...

9- فـي إحـدى الجلسـات حضـر المتحـدثين الرئيسـين فـي الجلسـة متـأخرا... فوجـد الكرسـي المخصص له على المنصة الرئيسية قد جلس عليه عضو أخر ورفض هذا المتحدث الجلوس في الصف الأول من القاعة، وهدد بالانسحاب من الجلسة.

أ- هل يتدخل المرافق لحل المشكلة بنفسه؟

ب- هل يعتبر الموضوع خارج إطار مسئوليته فيقف متفرجا؟

ت-هل يحاول تهدئه العضو ،ثم ينادى احد المسئولين لإيجاد حل

ث-...

تقييم المؤتمر

نماذج من الأسئلة الخاصة بالتقييم

1- ما الذي توقعته من المؤتمر؟

2- إلى أي مدى حقق المؤتمر ماكنت تتوقعه؟

كل ماتوقعته- بعض الذي توقعته- لم يحقق شئ مما توقعته.

3- في رأيك ما الذي ينقص المؤتمر.

4- إلى أي مدى كان اختيار موضوع المؤتمر ناجحا؟

ناجحا تماما- ناجحا بعض الشئ- غير موفق.

5- كيف تنوى الاستفادة مما تعلمته من المؤتمر؟

6- هل كان التنظيم العام للمؤتمر

ناجحا تماما- لابأس به- غير ناجح.

7- ما هي أكثر الموضوعات التي أفادتك في المؤتمر؟

8- ماهى الموضوعات التي ترى

إضافتها.................

حذفها ....

نموذج من صحيفة تقييم

صحيفة إبداء رأى

الموضوع...................................التاريخ................

اسم المتحدث..

برجاء التكرم بالإجابة على التساؤلات التالية، فيما لاشك فيه أن رأيك وتعليقاتك ستساعدنا على تقديرما إذا كان برنامجنا لهذا المؤتمر قد حقق الهدف المرجو منه أم لا، كما أنه سيكون عونا لنا على أداء أفضل مستقبلا.

وشكرا على تعاونكم معنا.

(برجاء وضع (X) في الخانة التي تراها مناسبة للإجابة).

أولا: الغرض الذي حضرت من اجله للمؤتمر

	نعم	إلى حد ما	لا
- تعلم أفكار جديدة.			
- تبادل الأفكار و الآراء.			
- زيادة التعرف على الموضوع.			
- الإعداد لمنصب جديد.			
- المساعدة لمنصب جديد.			
- توسيع دائرة اتصالاتي في هذا المجال.			
- تحديث معلوماتي في الموضوع.			
- حل مشاكل خاصة بالعمل.			
- التعلم وتطوير نفسي.			

ثانيا: بالنسبة للموضوعات المشارة في المؤتمر

نعم إلى حد ما لا

- كان هناك توازن بين الموضوعات النظرية والتطبيق.

- كانت المعلومات جديدة.

- كانت المعلومات عامة جدا.

- كانت المعلومات معقدة جدا.

- كانت المعلومات محددة جدا.

- كانت المعلومات مفيدة في التطبيق العملي.

- كانت المعلومات نظرية جدا.

- كانت المعلومات بدائية جدا.

- كانت المعلومات مناسبة لاحتياجاتي و اهتماماتي.

- كانت المعلومات مفيدة لي في مجال عملي.

- ما هي الموضوعات التي كانت ذات أكثر فائدة لي...........

.... مـــــا هــــــي

الموضوعات إلى ترى إضافتها.................

....

- ما هي الموضوعات التي ترى حذفها...................

....

ثالثا: بالنسبة لطرق العرض

تختص هذه النقطة بكيفية عرض الموضوعات المثارة ووسائل الإيضاح والوقت المناسب لكل منها.

ف عالة جدا	إ لى حد ما	غ ير فعالة	ا لوقت المقترح

- الجلسات و المحاضرات
- طريقة الأسئلة و الأجوبة
- الأقلام و الشرائح

رابعا: بالنسبة لرئاسة الجلسات

- اختيار رؤساء الجلسات
- طريقة الحفاظ على الوقت
- طريقة تعميم الموضوعات

خامسا: بالنسبة لطريقة توجيه الأسئلة

هل تفضل توجيه الأسئلة:

- بعد كل محاضرة
- في نهاية الجلسة

ملاحظات خاصة........

....

....

سادسا: بالنسبة لمجموعات العمل

- هل كانت مفيدة
- مواعيد انعقاد تلك الجلسات

رئاسة هذه المجموعات

سابعا: بالنسبة للوجبات

ج م س
يدة جدا عقولة يئة

- بالنسبة لنوعية الوجبات
- بالنسبة لمواعيد تقديم الوجبات
- بالنسبة للخدمة في تقديم الوجبات

ملاحظات

....

....

ثامنا: بالنسبة للبرنامج الاجتماعي

م إ غ
ناسب لى حد ير
جدا ما مناسب

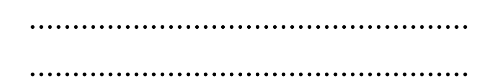
- بالنسبة لاختيار أوقات البرامج
- بالنسبة لبرامج المرافقين
- بالنسبة للعناية بالأطفال

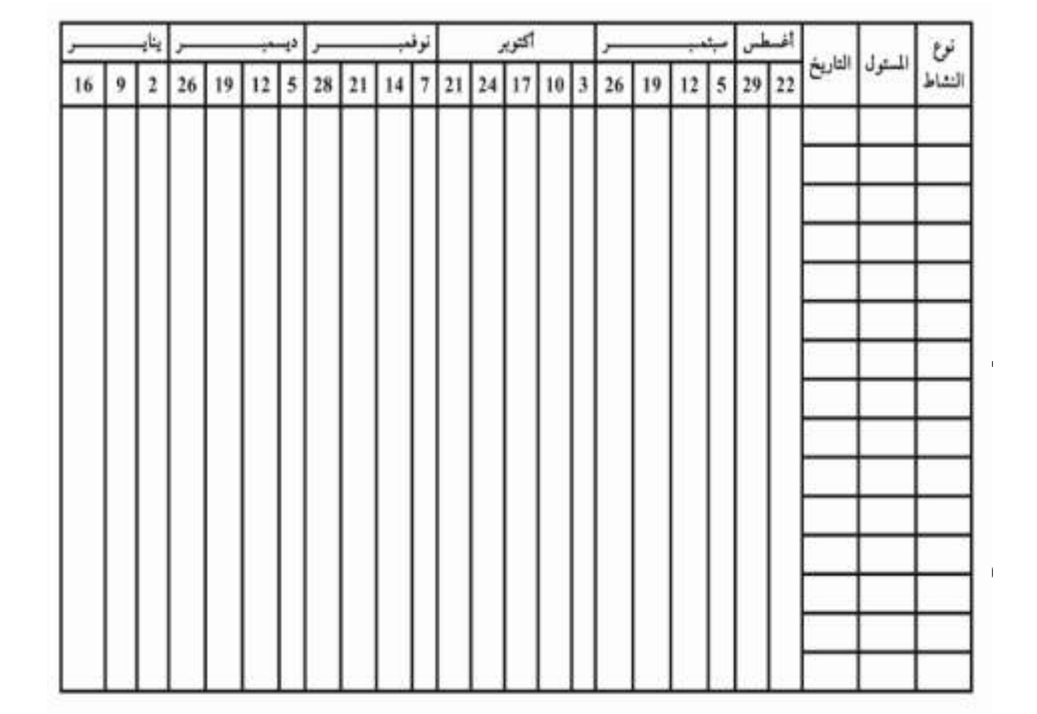
تاسعا: بالنسبة للمؤتمر بصفة عامة

ن إ
عم لى حد لا
ما

- بصفة عامة هل حقق المؤتمر الهدف منه في رأيك؟
- هل توصى الآخرين بحضوره؟
- هل تنوي حضور المؤتمر القادم؟

هل لديك أى ملاحظات بهذا الخصوص؟





نوع النشاط	المسئول	التاريخ	أغسطس		سبتمبر				أكتوبر					نوفمبر				ديسمبر				يناير		
			22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	21	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16

جدول نشاط

صفحة رقم:..............

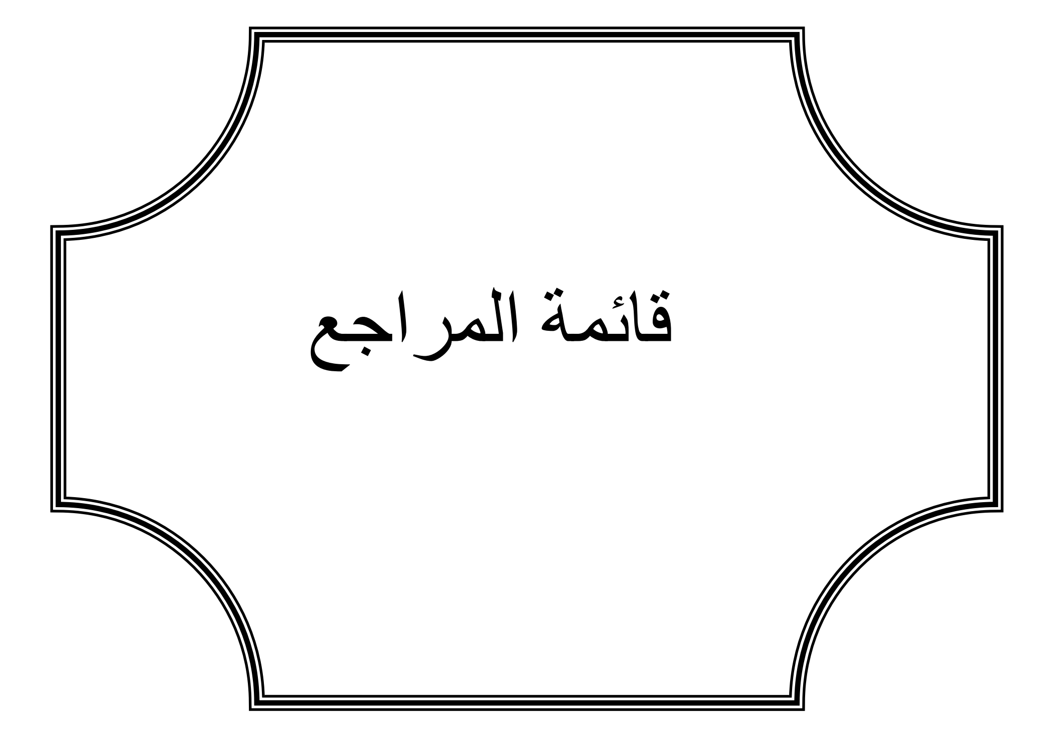
اسم اللجنة:.......................

رئيس اللجنة:....................

نوع النشاط	المسئول	التاريخ	أغسطس		سبتمبر				أكتوبر					نوفمبر				ديسمبر				يناير		
			22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	21	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16

		اليوم الأول					اليوم الثاني					اليوم الثالث				
		من إلى	العدد	المكان	القائمة	الداعي	من إلى	العدد	المكان	القائمة	الداعي	من إلى	العدد	المكان	القائمة	الداعي
1	الترحيب															
2	فترة الراحة الأولى															
3	الغـــــداء															
4	فترة الراحة الثانية															
5	العشـــــاء															

تعليمات خاصة: مراعاة الجوانب الدينية- الجوانب الصحية والحضارية لبعض الأفراد في الطعام و الشراب



قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع العربية:

1. د. إبراهيم إمام، والإعلام والاتصال بالجماهير (القاهرة مكتبة الأنجلو المصرية، ط 1969).

2. د. إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي. (عمان دار مجدلاوي، 1993م).

3. أحمد أبو السعيد, برنامج الإعداد للمؤتمرات (غزة: مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (تيم غزة), 1993).

4. أحمد طلعت البشبيشي, الإدارة الفندقية (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية, بدون).

5. أنس بليبل وآخرون, إدارة الإيواء (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع, 2002م).

6. د. حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1418 هـ- 1997م).

7. حسين محمد حسنين، تحفيظ وإدارة ورش عمل (عمان: دار مجدلاوي، 1423هـ، 2003م).

8. د. سامي الشريف، الإعلام السياحي(القاهرة: دار النهضة العربية، ط3، 2006).

9. د. سعيد سراج، الرأي العام: مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، الهيئة المصرية للكتاب).

10. د. سيد الهواري، الإدارة: الأصول والأسس العلمية (القاهرة: مكتبة عين الشمس1973).

11. سامي عبد القادر سعيد, المكاتب الأمامية, ط1, (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية, 1994م).

12. سامي عبد القادر سعيد, الإدارة الفندقية, ط1, (القاهرة: مكتبة مجموعة النيل العربية, 2004م).

13. د. صالح أبو إصبع، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة (عمان: دار آرام للدراسات والتوزيع، 1995).

14. د. صفوت العالم، الاتصال السياسي والدعاية الانتخابية (القاهرة: دار النهضة العربية، 2005).

15. عزام توفيق، إدارة وتنظيم المؤتمرات (عمان: المنظمة العربية للعلوم الإدارية، 1989).

16. د.علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة (القاهرة: مكتبة عالم الكتب، ط1، 1978م).

17. د.علي عجوة وآخرون، مقدمة في وسائل الاتصال (جدة: مكتبة مصباح، ط1 1988م).

18. عمار عبد الهادىء وآخرون, إدارة الإيواء, ط1, (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع, 2001م).

19. قاسم نايف علوان المحياوي, إدارة الجودة في الخدمات (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع, 2006م).

20. د. ماهر عبد العزيز توفيق، إدارة الحفلات والمؤتمرات (عمان 1998م).

21. د. محمد فريد الصحن، العلاقات العامة، المبادئ والتطبيق (الإسكندرية الدار الجامعية، 2001م).

22. د. محمد فبيسي، علم الوثائق والتقنية الحديثة (بيروت: دار آفاق، 1405هـ، 1982م).

23. د. محمد سيد محمد، الإعلام والتنمية (القاهرة: دار الفكر العربي، 1408هـ 1988م).

24. د. محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة (القاهرة: جامعة سوهاج، بيروت).

25. د. محمود أدهم، المؤتمرات الصحفية (القاهرة، بدون، 1986).

26. د. محمود يوسف، العلاقات في الشركات المحولة إلى نظام الخصخصة (القاهرة: مكتبة فيروز المعادي، 1991م).

27. د. مختار التهامي، الرأي العام والحرب النفسية (القاهرة: دار المعارف، 1974).

28. د. مصطفى السيد سعد الله، المؤتمرات (تخطيط- تنفيذ- تقييم) (القاهرة: مكتبة الوفاء، ط2، 1995م).

29. د.ليلى محمد الزلاقي، فن إدارة الحفلات والمؤتمرات (القاهرة: كفر الدوار، مكتبة بستان المعرفة، 203).

30. د.هاني الرضا ود. رامز عمار، الرأي العام والإعلام والدعاية (بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1418 هـ 1998م).

مؤسسات ودورات:

31. مؤسسة الخبراء العرب في الهندسة والإدارة (القاهرة: برنامج إعداد وتنظيم المؤتمرات، تيم غزة، 1993).

32. دورة الكتابة العلمية (جامعة القاهرة- 1992).

كتب مترجمة:

33. سوزان ستيوارت، دليل التخطيط لاجتماع ناجح، (ترجمة د. إبراهيم البداخ) (الرياض: مكتبة الملك فهد، ط 1، 1420هـ).

34. جون كور دواين، الصحافة في وكالات الأنباء (ترجمة عبد الحكيم نصار) (غزة: دار فلسطين للطباعة والنشر، 2000م).

35. جون كلير، كيف تتعامل مع وسائل الإعلام (ترجمة خالد العمري) (القاهرة: دار الفاروق للنشر والتوزيع، ط، 2006م).

كتب ومراجع أجنبية:

36- Austin, E and B. pink letan. (2001)strategic public Relation Management: Planning and Managing Effective Communication programs(New Jersey: Lawrence Erlbaum A associates Publishers).

37- Black Richard A. (condominiums is the Global village) In Hilbert ,Ray Eldon and Reuss carol ,Impact of Mass Media (N.y: Longman, Inc, 2nd 1988).

38-Cooperative Information Report 21.Organising and Conductiong Cooperative .Annual Meeting

39- Desmond W. Evans, Secretarial procedures in the Electronic office(London: pitman ,19).

40- Elzabeth Kerick and other, Businesc communication, (Han low Essex: London House, Burnt, 1987).

41- Franlk Jefkin ,advertising, (Plymouth pl 6:The Mand E Handbook series ,1985).

42- Geffery whitehead, Secretarial Practice (Mad Simple) London: W. H. Allen and Loo ltd,1977).

43- Harles James D, Mass Communication An Introductory Survery (USA: wmic. Brown Publishers, 1985).

44- Joseph Straubhaar and Report Larose, Communication Media Information Society op.cit).

45- John Harrison, The Secretary Desk Book, London, pitman publishing Limited, and ed., 1995).

46- Joon Moncrieff and Doreen Sharp, The P.A.S Handbook (London: Macmillan .)Publication Limited ,1486

47- Marshall McLuhan:Understanding Media (N.Y: McGraw Hill / 1994).

48- Roger Haywood.All About Public Relation,2ed (London: McGraw Hill book company, 1991).